

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman adanya peningkatan taraf hidup dan gaya hidup yang membuat orang berlomba-lomba untuk memperbaiki penampilan dalam hal gaya rambut agar mengikuti tren. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, munculnya *barbershop* yang menawarkan layanan pangkas hingga perawatan rambut khusus laki-laki. Di Kota Sabang sendiri usaha *barbershop* dimulai sekitar tahun 2020 yang lalu. Salah satu *barbershop* yang bernuansa eksklusif adalah *Prestige Barbershop*. Target dari usaha ini adalah laki-laki yang membutuhkan penampilan yang menarik. Namun, keberadaan *Prestige Barbershop* bukanlah satu-satunya di Kota Sabang. Berbagai fenomena dialami *Prestige Barbershop*, mulai dari penurunan jumlah pengunjung hingga diterimanya banyak keluhan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan harga, terhadap minat beli ulang jasa *Prestige Barbershop* yang dimediasi oleh kepercayaan pelanggan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah non-probability sampling dengan prosedur purposive sampling. Sebanyak 110 responden diperoleh melalui pembagian kuesioner online. Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laki-laki berdomisili Kota Sabang dan pernah menggunakan jasa *Prestige Barbershop*, kemudian data dianalisis menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan program *analysis moment of structural* (AMOS) versi 24.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Selanjutnya, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Penelitian ini juga membuktikan bahwa kepercayaan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis penelitian diterima dan diharapkan mampu menjadi acuan bagi *Prestige Barbershop* guna meningkatkan kepercayaan serta minat beli ulang para pelanggannya.

**Kata kunci:** Kualitas pelayanan, harga, kepercayaan pelanggan, minat beli ulang, *Barbershop*