

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Ketatnya dunia persaingan bisnis di bidang perusahaan jasa khususnya jasa salon kecantikan membuat perusahaan jasa salon yang ada di Indonesia berlomba-lomba untuk menarik hati para konsumennya dengan berbagai macam cara dan strategi dari kualitas pelayanan yang diberikan maupun peralatan yang digunakan para pelaku perusahaan jasa salon kecantikan. Hal ini membuat setiap perusahaan jasa di tuntut untuk menciptakan keunggulan yang lebih kompetitif dari bisnisnya sendiri agar dapat bersaing secara seimbang dengan perusahaan-perusahaan lain yang juga mengambil dalam bidang jasa yang sama dan tentunya dengan tujuan untuk dapat menarik pelanggan. Semua Pelanggan berhadapan akan pelayanan yang baik dari produk jasa yang dibeli, baik dari segi harga, kualitas pelayanan dan juga pelayanan sebelum pelanggan berhak akan informasi yang benar dan sesuai produk atau jasa yang diteri pelanggan.

Dari banyaknya pesaing bisnis jasa salon yang ada di Kota Singaraja, seperti Salon Ronachan yang berlokasi di Jl. Udayana, Banjar Tegal, Salon Sandila di Baktiseraga. Salah satu bisnis usaha jasa Salon yang sedang ramai di perbincangkan adalah salon kecantikan “Cempaka Dewi Salon Singaraja” dimana Cempaka Dewi Salon merupakan perusahaan jasa salon yang berlokasi di Jl. Gajah Mada, Banjar Jawa. Cempaka Dewi Salon menyediakan perawatan dari ujung

rambut hingga ujung kaki seperti perawatan rambut masker rambut, perawatan badan seperti massage dan juga perawatan kuku untuk tangan dan kaki. Persaingan yang di hadapi Cempaka Dewi Salon adalah banyaknya pesaing bisnis jasa salon yang serupa di Kota Singaraja pada saat ini, membuat Cempaka Dewi Salon harus lebih memperhatikan daya tarik untuk menarik konsumen. Persaingan yang sedang di hadapi Cempaka Dewi Salon tidak bisa di anggap mudah karena pelaku usaha harus bisa menumbuhkan rasa puas dalam benak pelanggan agar tidak berpaling dengan usaha jasa yang serupa. Dilihat dari kualitas pelayanan dan juga harga yang di tawarkan pada setiap perusahaan jasa serupa berbeda satu sama lainnya akan menjadi salah satu kunci untuk pelaku usaha untuk menarik target konsumen. Maka dari itu Cempaka Dewi Salon di tuntut untuk membentuk strategi untuk menarik konsumen dan mampu terjun dan bersaing dan menjadi unggul di kalangan bisnis jasa yang serupa. Dengan itu pelaku usaha harus mengetahui dorongan yang memengaruhi kepuasan pelanggan agar dapat mencapai tujuan usaha dan juga agar usaha dapat berjalan dan juga untuk mendapatkan targetkan yang di harapkan pelaku usaha Cempaka Dewi Salon.

Sesuai dengan teori menurut Iriawan (2007) menyatakan bahwa terdapat empat faktor yang memepengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk atau jasa, harga, *emotional factor*, dan biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Berikut data penjualan selama empat bulan terakhir di tahun 2022 di Cempak Dewi Salon dapat di lihat fakta masalah yang terjadi menunjukkan bahwa adanya data penjualan di bawah ini :

Tabel 1.1
Data Penjualan Cempaka Dewi Salon Singaraja
Bulan Februari-Mei 2022

No	Bulan	Total Pendapatan
1	Februari	Rp.18.146.000
2	Maret	Rp.10.755.000
3	April	Rp.11.880.000
4	Mei	Rp.16.955.000

(Sumber : Data Cempaka Dewi Salon Singaraja, 2022)

Berdasarkan data Tabel 1.1 bisa dilihat bahwa Cempaka Dewi Salon mengalami ketidak setabilan jumlah pendapatan dari bulan Februari hingga Mei 2022. Jumlah pengunjung Cempaka Dewi Salon mengami kenaikan pada bulan Februari selanjutnya mengalami penurunan pada bulan Maret. Hal ini dapat di sebabkan karena terjadinya tidak ada rasa kepuasan yang di miliki oleh pelanggan Cempaka Dewi Salon. Dari observasi awal yang telah dilakukan kepada Cempaka Dewi Salon menyatakan bahwa adanya penjualan yang cenderung mengalami kenaikan dan penurunan yang semakin di perkuat dengan adanya data awal berupa hasil kuesioner awal.

Telagawati (2014) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dan kinerja atau hasil yang disarankan. Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan Cempaka Dewi Salon. Menurut Kotler (2011) menyatakan bahwa terdapat empat indikator dalam kepuasan pelanggan diantaranya (Y₁) Pembelian Ulang, (Y₂) *Word Of Mouth*, (Y₃) Citra Merek, (Y₄) Menciptakan Keputusan pembelian. Berikut hasil kuesioner awal dari 10 responden :

Tabel 1.2
Observasi Awal Variabel Kepuasan Pelanggan

Resp.	Skor Kuesioner Kepuasan Pelanggan				Total	Ket
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4		
1	1	3	3	3	10	Sedang
2	2	2	3	2	9	Sedang
3	2	2	2	2	6	Rendah
4	1	3	2	3	9	Sedang
5	2	3	3	3	11	Sedang
6	3	4	4	2	13	Tinggi
7	2	2	3	3	10	Sedang
8	3	4	2	4	13	Tinggi
9	3	3	2	4	12	Sedang
10	3	3	2	3	11	Sedang
Jml.	23	29	26	29	107	Sedang

Dilihat dari Tabel 1.2 bahwa penilaian pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Cempaka Dewi Salon tergolong sedang. Indikator *word of mouth* atau dari mulut ke mulut dan perilaku mengeluh menjadi pengaruh tertinggi terhadap loyalitas pelanggan. Dan terendah adalah indikator pembelian ulang hal ini rendah bisa disebabkan karena rasa kurang puas pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Cempaka Dewi Salon.

Menurut Lupiyoadi (2006) ada lima indikator pokok untuk mencapai kualitas jasa pelayanan yaitu (X₁) *Tangible* (X₂) *Kehandalan* (X₃) *Ketanggapan*, (X₄) *Jaminan*, (X₅) *Empaty*. Berikut hasil kuisisioner awal dari 10 responden :

Tabel 1.3
Observasi Awal Variabel Kualitas Pelayanan

Resp.	Skor Kuesioner Kualitas Pelayanan					Total	Ket
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5		
1	3	3	1	2	4	13	Sedang
2	3	2	2	2	3	12	Sedang
3	3	1	2	3	3	12	Sedang
4	3	2	1	1	4	11	Sedang

5	3	2	2	2	3	12	Sedang
6	2	2	2	2	2	10	Rendah
7	2	1	1	1	4	9	Rendah
8	3	2	1	2	3	11	Sedang
9	3	1	2	2	3	11	Sedang
10	3	1	1	1	3	9	Rendah
Jml.	28	17	16	18	32	111	Sedang

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan Cempaka Dewi Salon tergolong sedang. Indikator ketanggapan (*responsiviness*) menjadi indikator terendah diantara indikator lainnya. Ketanggapan disini bisa diartikan sebagai rasa tanggap, ramah dan kemampuan cepat perusahaan dalam membantu atau melayani pelanggan. Tentunya memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan. Hal ini juga didukung oleh Tjioptono (2011) menyampaikan salah satu faktor pendukung agar kualitas pelayanan dapat berjalan dengan baik adalah *perceived service* atau layanan yang diterima, jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Menurut penelitian yang dilakukan Novianti (2018) menyatakan bahwa terdapat nilai positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Putra (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) terdapat 4 indikator yang dapat mencirikan harga yaitu (X₁) Keterjangkauan Harga, (X₂) Kesesuaian Harga, (X₃) Daya Saing Harga, (X₄) Kesesuaian Harga Dengan Manfaat. Berikut hasil kuisioner awal dari 10 responden :

Tabel 1.4
Observasi Awal Variabel Harga

Resp.	Skor Kuesioner Harga				Total	Ket
	X.1	X.2	X.3	X.4		
1	1	1	2	2	4	Sangat Rendah
2	1	2	1	2	6	Rendah
3	2	2	1	2	7	Rendah
4	1	1	2	3	7	Rendah
5	2	3	1	2	8	Rendah
6	1	2	1	2	6	Rendah
7	2	2	2	2	8	Rendah
8	2	1	2	3	8	Rendah
9	2	3	1	3	9	Sedang
10	1	2	1	2	6	Rendah
Jml.	15	19	14	23	71	Rendah

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa variabel harga Cempaka Dewi Salon Tergolong rendah. Indikator daya saing harga menjadi pengaruh dan indikator terendah. Bisa di lihat dari sini harga yang relative tinggi dengan kualitas jasa yang sedang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Jika suatu perusahaan tidak dapat mematok harga yang pas atau mematok harga terlalu berbanding jauh dengan perusahaan pesaing serupa maka perusahaan tersebut akan kalah dan tidak akan dapat bersaing dan memiliki pendapatan yang tidak stabil. Karena menurut Lupiyoadi (2013) menyatakan harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima perusahaan. Menurut Fifin, dkk (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan dengan menghasiolan nilai positif. Sedangkan hasil berbeda dalam penelitian yang dilakukan Fernandes (2017) bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan antara harga

terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa harga sangat penting bagi perusahaan dalam membangun kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, amak penulis mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Cempaka Dewi Salon di Singaraja”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- (1) Kualitas pelayanan yang di berikan Cempaka Dewi Salon Singaraja masih terbilang kurang memuaskan pelanggan.
- (2) Harga yang terbilang lebih tinggi dan tidak dapat bersaing dengan bisnis jasa yang serupa.
- (3) Terdapat hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten seperti yang sudah diuraikan pada latar belakang.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah menurut identifikasi masalah di atas, maka perlu memfokuskan pada masalah yang akan di teliti. Peneliti mengambil tiga variabel terdiri dari dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga dan satu variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka adapun masalah dalam penelitian ini yaitu :

- (1) Apakah pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cempaka Dewi Salon Singaraja ?
- (2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cempaka Dewi Salon Singaraja ?
- (3) Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cempaka Dewi Salon Singaraja ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas , maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hal-hal sebagaiberikut :

- (1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cempaka Dewi Salon Singaraja.
- (2) Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Cempaka Dewi Salon Singaraja.
- (3) Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Cempaka Dewi Salon Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memeberikan manfaat sebagai berikut :

- (1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberiksn wawasan untuk setiap permasalahan yang di hadapi penulis. Hasil dari penelitian ini diharapkan penulis dapat berguna untuk pertimbangan untuk mendukung pemecahan masalah yang sedang dihadapi terutama dalam kualitas pelayan dan harga

dalam mencapai kepuasan pelanggan para pelaku usaha untuk lebih optimal dan lebih baik dalam menjalani usaha lagi kedepannya.

(2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Cempaka Dewi Salon yang bersangkutan dengan memberi masukan terhadap masalah yang dihadapi oleh Cempaka Dewi Salon terutama dibidang kualitas pelayanan harga untuk kepuasan pelanggan.

