

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Saat ini sudah semakin banyak bisnis baru yang bermunculan di pasaran khususnya di bidang jasa salon kecantikan. Hal ini mengakibatkan persaingan bisnis di bidang jasa salon kecantikan semakin ketat. Para pemilik salon kecantikan tersebut berusaha terbaik dalam menarik perhatian pelanggan dengan berbagai strategi seperti meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan nilai lebih kepada pelanggan untuk tetap bersaing di pasaran. Hal inilah yang akan menimbulkan berbagai kebutuhan bagi salon kecantikan untuk terus menciptakan inovasi baru serta ambisi untuk tetap unggul di pasaran.

Keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh gagasan, peluang, serta kemampuan pelaku bisnis (Katiandagho dkk., 2022). Seorang wirausahawan dituntut untuk terus berinovasi dalam menciptakan ide-ide baru yang mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Di samping itu, penting pula bagi pelaku usaha untuk jeli dalam menangkap peluang bisnis yang sedang berkembang, salah satunya adalah industri kecantikan, seperti usaha salon. Tujuan utama didirikan salon kecantikan adalah untuk memberikan jasa layanan kepada pelanggan dari segi kecantikan yang nantinya diharapkan pelanggan merasa puas akan hasil yang diperoleh. Dalam hal ini, pelayanan dalam bisnis kecantikan merupakan salah satu komponen yang membentuk kepuasan pelanggan. Di dalamnya terdapat

peningkatan kinerja berupa layanan jasa yang dilakukan dengan cara menyempurnakan kualitas pada aspek materi, kredibilitas, interaksi individu, pemecahan masalah, dan kebijakan usaha (Hendra dkk., 2017).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi yang dilakukan setelah proses pembelian, dan apabila pelanggan merasa puas, maka hal tersebut dapat mendorong munculnya loyalitas. Oleh karena itu, perusahaan perlu memprioritaskan tercapainya kepuasan pelanggan (Arini dan Sumarji, 2022). Salah satu strategi utama untuk mencapainya adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan. Baik kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan menjadi elemen krusial dalam meraih keberhasilan perusahaan. Untuk memahami kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengacu pada lima dimensi kualitas layanan, yaitu: aspek fisik (tangible), keandalan (reliability), jaminan (assurance), responsivitas (responsiveness), dan empati (empathy) (Katiandagho dkk., 2022). Dimensi bukti fisik terkait dengan fasilitas fisik perusahaan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Kemudian, dimensi keandalan, menentukan kemampuan perusahaan untuk menyediakan jasa yang dijanjikan. Daya tanggap terkait dengan bagaimana perusahaan siap membantu pelanggannya dan memberikan layanan yang tepat waktu. Selanjutnya, jaminan merupakan cara perusahaan memberikan kepercayaan kepada pelanggannya. Empati terkait dengan bagaimana karyawan perusahaan berempati atau memberikan perhatian kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa sangat penting dan sangat penting untuk pertumbuhan bisnis agar tetap eksis di tengah persaingan. Demikian pula, keberhasilan rumah kecantikan (salon) bergantung pada masalah kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk bersaing dengan pesaing. Pelayanan pelanggan harus terus berkembang karena keinginan pelanggan selalu berubah. Pelanggan akan menilai pelayanan suatu perusahaan dengan membandingkannya dengan perusahaan lain dalam kategori yang sama dan dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang harus diberikan secara optimal oleh penyedia jasa kepada konsumennya. Hal ini mencerminkan usaha perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menyelaraskan ekspektasi mereka melalui penyampaian layanan yang tepat (Ibrahim dan Thawil, 2019). Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan terbentuk dari perbandingan antara harapan mereka dan kenyataan pelayanan yang diterima. Dalam dunia usaha salon kecantikan—yang mencakup perawatan menyeluruh dari kepala hingga kaki—penerapan prinsip-prinsip layanan jasa menjadi keharusan, terutama di tengah kemajuan teknologi dan persaingan bisnis yang kian ketat. Oleh sebab itu, perusahaan penyedia layanan dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik guna menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Perusahaan yang mampu mempertahankan mutu pelayanannya memiliki peluang besar untuk menjadi pilihan utama konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada Salon Wisely di Singaraja. Meskipun tergolong baru, Salon Wisely Singaraja merupakan salah satu salon kecantikan yang paling digemari di kalangan masyarakat Singaraja. Hal ini disebabkan oleh jenis perawatan yang diberikan Salon Wisely Singaraja lebih lengkap dibandingkan dengan salon-salon lainnya. Berikut perbandingan perawatan Salon Wisely Singaraja dengan beberapa salon lain disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Perbandingan Jenis Perawatan Beberapa Salon di Singaraja

No.	Nama Salon	Jenis Perawatan							
		Rambut	Wajah	Tubuh	Kuku	Bulu mata	Bulu alis	Kulit	Rias wajah
1	Salon Rins	Ada	Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada
2	Salon Krisni	Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada
3	Salon Ronachan	Ada	Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada
4	Salon Wisely	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa Salon Wisely perawatannya lebih lengkap dibandingkan beberapa salon kecantikan lain di Singaraja, yang mencakup dari ujung kepala hingga ujung kaki, terdapat perawatan rambut, perawatan wajah, perawatan tubuh, perawatan kuku, perawatan bulu mata dan alis, perawatan kulit, perias wajah.

Salon Wisely Singaraja adalah perusahaan jasa yang berfokus pada perawatan wanita. Perusahaan ini mendirikan usahanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan selama menggunakan jasanya. Salon Wisely Singaraja berusaha memberikan berbagai fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan ini, sehingga semuanya terpenuhi dan akhirnya pelanggan merasa puas. Sebagai unit jasa salon yang berfokus pada perawatan wanita, Salon Wisely Singaraja menawarkan berbagai fasilitas yang membuat pelanggan merasa puas. Salon Wisely Singaraja adalah salah satu salon di Singaraja dan selalu berusaha memberikan layanan terbaik untuk pelanggannya. Menyediakan layanan perawatan lengkap seperti perawatan rambut dan wajah adalah salah satu caranya.

Berdasarkan hasil survei dan pengamatan langsung di Salon Wisely Singaraja bahwa Salon Wisely Singaraja masih memiliki kekurangan dari segi kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat dengan bukti adanya fluktuasi kunjungan pelanggan Salon Wisely Singaraja dari periode bulan Maret 2023 hingga September 2023. Pada bulan Maret 2023 jumlah kunjungan sebanyak 70 orang, kemudian mengalami kenaikan pada bulan April 2023 menjadi 85 orang. Namun, bulan Mei 2023 jumlah kunjungan mengalami penurunan menjadi 79 orang. Fluktuasi jumlah kunjungan terjadi lagi pada bulan Juni 2023 mengalami peningkatan menjadi 86 orang dan mengalami peningkatan kembali pada bulan Juli 2023 menjadi 90 orang dan pada bulan Agustus 2023 menjadi 103 orang. Namun, jumlah kunjungan mengalami penurunan kembali pada bulan September menjadi 98 orang.

Peningkatan jumlah kunjungan Salon Wisely Singaraja terjadi dari bulan Oktober 2023 sebanyak 110 orang, mengalami peningkatan bulan berikutnya pada bulan November 2023 menjadi 125 orang, pada bulan Desember 2023 menjadi 140 orang, pada bulan Januari 2024 menjadi 160 orang, pada bulan Februari 2024 menjadi 175 orang, dan pada bulan Maret 2024 kunjungan pelanggan sebanyak 203 orang. Selanjutnya mengalami penurunan pada bulan April 2024 menjadi 181 orang. Namun, bulan Mei 2024 jumlah kunjungan mengalami kenaikan menjadi 192 orang. Fluktuasi jumlah kunjungan terjadi lagi pada bulan Juni 2024 mengalami penurunan menjadi 175 orang dan mengalami peningkatan kembali pada bulan Juli 2024 menjadi 190 orang dan pada bulan Agustus 2024 naik menjadi 214 orang. Namun, jumlah kunjungan mengalami penurunan kembali pada bulan September 2024 menjadi 207 orang. Penurunan jumlah kunjungan Salon Wisely Singaraja terjadi dari bulan Oktober 2024 sebanyak 196 orang, mengalami

peningkatan bulan berikutnya pada bulan November 2024 menjadi 210 orang, pada bulan Desember 2024 turun menjadi 203 orang, pada bulan Januari 2025 turun menjadi 191 orang.

Dari fenomena tersebut tampak bahwa fluktuasi dan penurunan jumlah kunjungan Salon Wisely Singaraja disebabkan karena adanya ketidakpuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Fahluzi dan Solihati (2024) bahwa permasalahan adanya penurunan pengunjung disebabkan akibat ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan berkunjung. Senada dengan itu, Halawa dkk. (2024) juga menyatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan mempengaruhi penurunan kunjungan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa fluktuasi dan penurunan jumlah kunjungan Salon Wisely Singaraja menunjukkan adanya permasalahan kepuasan pelanggan.

Adanya permasalahan kepuasan pelanggan disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Dugaan ini muncul karena berdasarkan observasi peneliti, dari segi pelayanan bahwa Salon Wisely Singaraja terkadang memberikan pelayanan yang cenderung lambat di saat tertentu, seperti pada hari raya. Banyak pelanggan merasa mengeluh terhadap keterlambatan pelayanan jasa yang diberikan pihak salon. Hal inilah yang menyebabkan dugaan bahwa adanya ketidakpuasan pelanggan disebabkan karena kurangnya kualitas pelayanan. Secara teoretis, Lupiyoadi (2018) berpendapat bahwa dalam menilai sejauh mana kepuasan mereka terpenuhi, pelanggan umumnya mempertimbangkan kualitas layanan yang diterima selama proses transaksi jasa berlangsung. Kepuasan pelanggan memiliki peran yang penting dalam mempertahankan pelanggannya sehingga dealer sendiri harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk

pelanggannya. Pelanggan akan merasa puas jika kualitas pelayanan yang diberikan salon tersebut dapat memenuhi harapan konsumen yang pada akhirnya nanti tercipta suatu kepuasan pelanggan (Zendrato dkk., 2024). Pelanggan yang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan salon tersebut, tentu akan kembali menggunakan jasa salon itu lagi dan akan memberitakan kepuasannya kepada pelanggan yang lain sehingga dapat menarik pelanggan yang baru. Ketika terjadi ketidakpuasan dialami pelanggan setelah menerima jasa salon atau perawatan, maka pihak salon mengambil tindakan untuk melakukan perbaikan yang dibutuhkan pelanggan, meminta saran dari para pelanggan, dan menjanjikan perbaikan pada kunjungan yang akan datang.

Dukungan emperis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun dukungan empiris yang dilakukan oleh Mulyasari dkk. (2022) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Senada dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Srilestari dan Santoso (2022) juga menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Mutiara *et al.* (2021) menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Haq dan Setiawan (2022), yang menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Wicaksono *et al.* (2022) menunjukkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Budiarno *et al.* (2022) menunjukkan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya,

penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati *et al.* (2023) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Senada dengan itu, Syahwi & Pantawis (2021) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya *research gap*, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, ketidakpuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh variabel nilai pelanggan. Dugaan ini muncul karena berdasarkan observasi peneliti, dari segi fasilitasnya, yaitu sarana parkir kurang luas, dan kebersihan ruangan yang kurang bersih karena dekat dengan jalan raya yang mengakibatkan debu dan polusi udara dari kendaraan. Kondisi ini dapat memberikan nilai yang negatif bagi pelanggan karena dapat mengurangi kenyamanan pelanggan saat berkunjung. Hal inilah yang menyebabkan dugaan bahwa adanya ketidakpuasan pelanggan disebabkan karena kurangnya nilai pelanggan. Secara teoretis, Griffin (2016) berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap nilai yang diperoleh. Hal ini menandakan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penting untuk memahami bagaimana pelanggan menilai suatu produk atau layanan. Nilai yang dirasakan oleh pelanggan akan berdampak langsung pada keputusan mereka dalam membeli. Sebab, sebagian pelanggan menilai bahwa persepsi terhadap nilai dapat mendorong keputusan pembelian dengan menyederhanakan proses memilih di antara berbagai produk yang tersedia di pasar. Dalam konteks ini nilai pelanggan menjadi sebuah sikap dan kepercayaan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan

Keller (2017), kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang tercermin dari tingkat kebahagiaan atau kekecewaan yang dirasakan setelah mereka membandingkan hasil nyata dari produk atau layanan dengan ekspektasi awal mereka. Semakin positif penilaian yang diberikan oleh pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Tujuan utama dari aktivitas perusahaan jasa adalah menciptakan nilai bagi pelanggan, baik melalui proses maupun manfaat yang diterima pelanggan (Krisnanto dan Yulianthini, 2021). Pelanggan pada dasarnya melakukan pengorbanan dalam bentuk biaya dan risiko dalam proses transaksi untuk memperoleh produk atau layanan dari perusahaan. Penyampaian nilai ini menjadi syarat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan. Di sisi lain, pelanggan selalu mengharapkan nilai optimal dalam keterbatasan seperti waktu pencarian, tingkat pengetahuan, akses mobilitas, dan kemampuan finansial (Husain et al., 2023). Harapan terhadap nilai tersebut membentuk perilaku pelanggan, di mana semakin besar nilai yang mereka rasakan, semakin besar pula kemungkinan mereka merasa puas terhadap perusahaan.

Dukungan empiris menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun dukungan empiris yang dilakukan oleh Saputra *et al.* (2020), yang menemukan bahwa nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Senada dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Paputungan *et al.* (2022) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Sudana *et al.* (2024) menyebutkan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh

penelitian Nurhalimah & Nurhayati (2019) bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Hendri dan Rahman (2019) menunjukkan variabel variabel nilai pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Oktari dan Wati (2022) juga menunjukkan bahwa nilai pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya *research gap*, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Wisely Singaraja”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi di salon Wisely Singaraja adalah sebagai berikut.

1. Salon Wisely Singaraja memiliki kendala dari segi fasilitas dan segi pelayanan yang kurang baik, walaupun terdapat tren peningkatan kunjungan konsumen.
2. Keluhan beberapa pelanggan di saat kondisi sedang ramai dalam konsumsi jasa salon yang menandakan pelayanan kurang berjalan dengan baik.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka pada penelitian ini dilakukan pembatasan masalah yang mencakup lingkup kualitas

pelayanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) sebagai variabel independen, dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah tersebut, maka dapat disusun rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan salon Wisely Singaraja?
2. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan salon Wisely Singaraja?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan salon Wisely Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon Wisely Singaraja.
2. Untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada salon Wisely Singaraja.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen terhadap kepuasan pelanggan pada salon Wisely Singaraja.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Ada dua manfaat yang diharapkan di dalam penelitian ini. Kedua manfaat itu, terdiri dari:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan lingkup manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, pengalaman konsumen, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, diharapkan memahami hubungan antara ketiganya. Serta, penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan berupa informasi bagi penelitian berikutnya yang memiliki topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan masukan yang dapat dipergunakan oleh pihak salon Wisely Singaraja sebagai bahan informasi untuk mempertimbangkan kebijakan ke depannya guna memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggan.