

BAB I

PENDAHULUAN

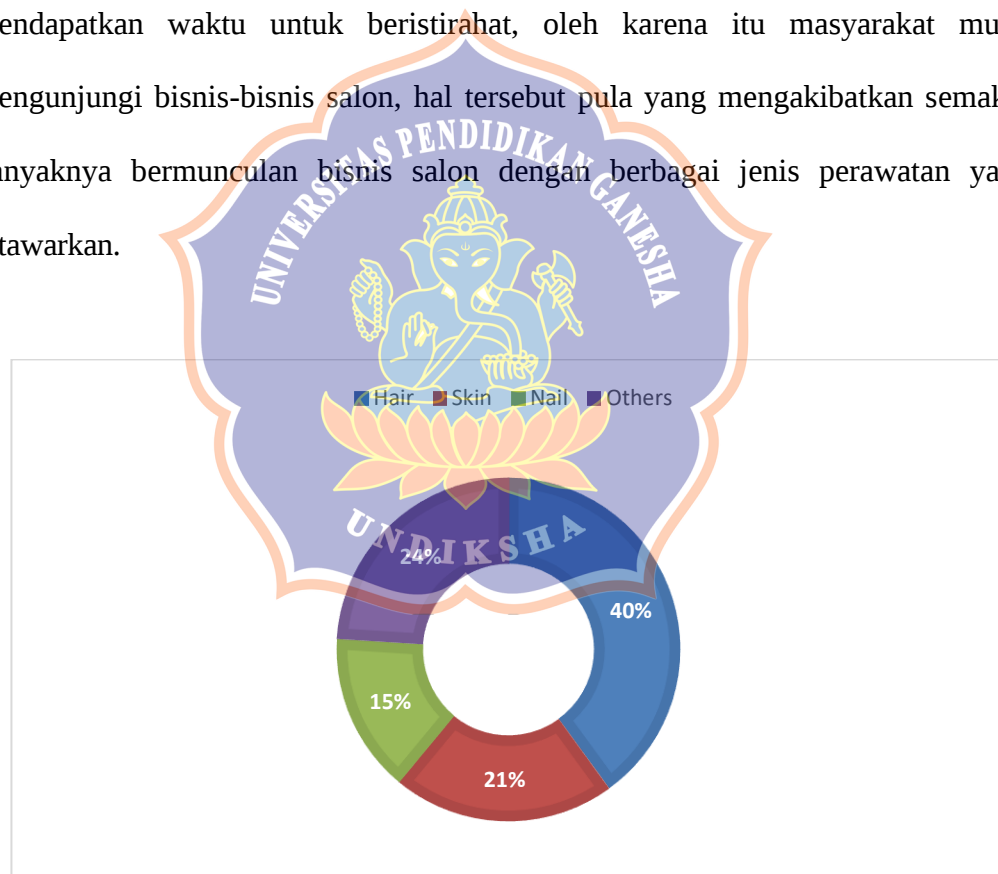
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis pada era globalisasi ini sangat marak yang mengakibatkan perusahaan bisnis saling berkompetisi, terutama pada perusahaan jasa yang saat ini mulai memperlihatkan esistensinya. Perusahaan mulai berlomba-lomba dalam menunjukan keunggulan dari produk atau jasa yang mereka tawarkan. Selain keunggulan dari produk dan jasa, ada salah satu hal yang tidak kalah penting untuk perusahaan yaitu manajemen pemasaran dari perusahaan tersebut. "Manajemen pemasaran adalah proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pasar untuk mencapai tujuan organisasi" (Kotler, 2015, hlm. 5).

Bisnis salon merupakan salah satu bisnis jasa yang perkembangannya sangat cepat meningkat, salon mulai bermunculan di Bali termasuk di Kota singaraja, bisnis salon mulai banyak ditemui terutama di pusat kota. Kemunculan bisnis salon ini berdampak pada masyarakat yang dimana mereka menjadi lebih peduli lagi dengan kecantikan dan perawatan diri, yang awalnya masyarakat hanya melakukan perawatan sederhana di rumah, saat ini masyarakat mulai melakukan beragam perawatan yang di tawarkan di bisnis salon, mulai dari perawatan rambut, *make up*, *nails* dan lain sebagainya.

Perawatan yang sering dilakukan masyarakat di salon kecantikan meliputi

perawatan rambut yang dimana pada gambar di tunjukan sebesar 40% yang artinya perawatan rambut seperti penataan rambut, potong rambut dan perawatan rambut lainnya yang senantiasa ada di usaha bisnis salon, karena perawatan tersebutlah yang digandrungi oleh masyarakat saat ini. Masyarakat cenderung memilih melakukan perawatan rambut di salon karena mendapatkan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan saat mereka melakukan perawatan mandiri di rumah, selain itu banyaknya aktivitas yang juga harus dilakukan mengakibatkan banyak masyarakat yang memilih melakukan perawatan di salon karena mereka juga mendapatkan waktu untuk beristirahat, oleh karena itu masyarakat mulai mengunjungi bisnis-bisnis salon, hal tersebut pula yang mengakibatkan semakin banyaknya bermunculan bisnis salon dengan berbagai jenis perawatan yang ditawarkan.

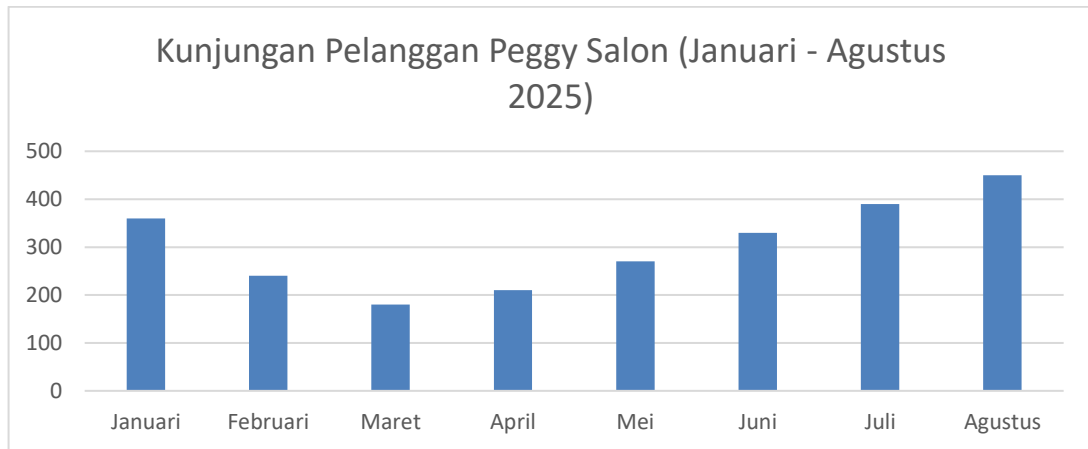


Gambar 1.1 Diagram *Trarment* yang sering dilakukan di Indonesia

(Sumber : exactitudeconsultancy.com)

Perkembangan perusahaan jasa salon yang ada di Singaraja dengan *treatment* yang relatif sama mengakibatkan para pelaku usaha ini berlomba-lomba

membuat inovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan di bisnisnya tersebut. Salah satu salon yang cukup terkenal di Singaraja dan berada di pusat kota yaitu Peggy salon. Peggy salon ini memiliki tempat yang terbilang cukup strategis dibandingkan kompotitornya, yang dimana salon ini berada di pinggir jalan dan memiliki parkir yang cukup luas sehingga dapat menampung banyak *customers* selain itu lokasinya yang dekat dengan Kampus Undiksha dan beberapa perkantoran membuat perusahaan ini mudah diakses oleh masyarakat. Kualitas pelayanan yang dimiliki Peggy Salon ini membuat para *customers* nya menjadi betah berlama-lama berada di salon, kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Peggy Salon ini berupa karyawan yang ramah, karyawan yang cukup banyak serta sudah menguasai terkait berbagai jenis *treatment* yang sudah disediakan sehingga mempercepat proses perawatan yang dilakukan, selain itu para karyawan selalu bertanya apakah *treatment* yang dilakukan sudah sesuai dengan keinginan dari *customers*, selain itu hal yang tak kalah penting yaitu hasil dari *treatment* yang dilakukan sangat memuaskan, berbeda dengan kompotitornya yaitu dari segi lokasi kurang strategis yang dimana salon kompotitor memiliki parkir yang kurang luas, karyawan yang dimiliki oleh salon kompotitor juga kurang ramah yang mengakibatkan *customers* menjadi kurang nyaman melukan *treatment* di salon tersebut, walaupun memiliki hasil yang bisa dibilang mirip tetapi dengan kualitas pelayanan yang lebih unggul membuat Peggy salon ini menjadi salon yang cukup banyak digandrungi oleh masyarakat Kota Singaraja karena keunggulan yang dimiliki, dengan lokasi yang strategis, lingkungan salon yang bersih dan nyaman, berbagai alat yang memadai, serta keahlian yang dimiliki oleh karyawan menjadi daya saing yang cukup menonjol dibandingkan dengan kompotitornya.



Gambar 1.2 Diagram Kunjungan Pelanggan Peggy Salon

Berdasarkan data kunjungan, lebih dari setengah pelanggan yang datang ke Peggy Salon selama periode Januari hingga Agustus 2025 tergolong sebagai pelanggan loyal yang dimana mereka secara konsisten memilih layanan Peggy Salon untuk memenuhi kebutuhan perawatan dan kecantikan setiap bulannya. Kehadiran pelanggan yang loyal ini menjadi faktor pendorong bagi Peggy Salon untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan melakukan inovasi dalam memberikan layanan terbaik.

Data yang diperoleh dari observasi awal yang telah dilakukan menunjukan bahwa Rata-rata skor untuk variabel loyalitas pelanggan adalah 3,87, yang termasuk dalam kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum Peggy Salon memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang cukup kuat. Dari 10 responden yang terlibat, sembilan orang memberikan penilaian dalam kategori tinggi, sementara hanya satu orang yang berada dalam kategori sedang. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan memperoleh rata-rata skor tertinggi di antara ketiga variabel, yaitu sebesar 4,36, dan seluruh responden memberikan penilaian dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator dalam variabel

ini dipersepsikan secara sangat positif oleh para pelanggan. Adapun variabel kepuasan pelanggan menunjukkan rata-rata skor 4,27, yang juga termasuk dalam kategori tinggi. Sebagian besar responden, yakni 90%, memberikan penilaian tinggi, sedangkan hanya satu responden yang menilai sedang. Ini mencerminkan bahwa elemen-elemen yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dinilai sangat baik oleh mayoritas partisipan penelitian. Akumulasi data itu menunjukkan bahwa memang kualitas pelayanan menjadi faktor utama terciptanya loyalitas pelanggan.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan jumlah salon kecantikan di Kota Singaraja yang dimana tentunya menawarkan berbagai layanan serupa. Hal ini menyebabkan persaingan di industri salon kecantikan semakin ketat, sehingga setiap pelaku usaha, termasuk Peggy Salon, dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan loyalitas pelanggan, dan menarik minat pelanggan. Meskipun Peggy Salon sudah memiliki beberapa keunggulan kompetitif, seperti lokasi yang strategis dan karyawan yang dikenal ramah, penting untuk diketahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan dapat membentuk loyalitas pelanggan secara langsung atau justru melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator.

Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melayani kebutuhan pembeli. Kualitas pelayanan yang unik atau tidak biasa akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan, karena pelanggan akan penasaran kemudian akhirnya mencoba jasa tersebut. Menurut Berry *et al.*, (1988) kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian dari pelanggan dengan membandingkan apa yang mereka inginkan atau harapkan dengan apa yang

sebenarnya mereka dapatkan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberi berdampak baik pula bagi usaha.

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai suatu perasaan yang muncul akibat terpenuhinya ekspektasi dengan apa yang diberikan oleh perusahaan. Ekspektasi pelanggan dapat dilihat dengan melakukan riset terkait apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga apa yang perusahaan tawarkan sesuai dengan kebutuhan yang nantinya akan membuat konsumen puas. Oliver (1997) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons konsumen atas terpenuhinya kebutuhan dan harapan yang berkaitan dengan konsumsi produk atau jasa, yang menghasilkan perasaan menyenangkan atau puas. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil), produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan seperti yang disampaikan oleh Kotler dan Keller dalam bukunya. Kepuasan pelanggan menjadi penentu keberlanjutan sebuah usaha karena dengan pelanggan merasa puas maka pelanggan akan loyal kepada usaha tersebut, rasa kecewa yang dialami oleh pelanggan akan membuat masalah kepada usaha tersebut karena pelanggan tidak akan merekomendasikan usaha tersebut kepada yang lain.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam usaha jasa karena dapat meningkatkan usahanya. Loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen pelanggan terhadap usaha yang telah didatanginya dan tidak berkeinginan untuk mencari usaha yang lain. Menurut Griffin (dalam Sari, 2009) pelanggan yang loyal merupakan seseorang yang terus menerus memilih untuk menggunakan produk atau jasa yang sama untuk memuaskan keinginannya dan memberikan efisiensi dalam pengambilan keputusan. Dilihat dari pernyataan

Griffin tersebut bahwa loyalitas merupakan tujuan inti dari suatu perusahaan atau usaha jasa yang dimana loyalitas pelanggan ini dapat memberikan manfaat seperti menjadi pelanggan setia dari usaha jasa tersebut, sehingga memungkinkan pelanggan akan merekomendasikan kepada teman, keluarga dan orang terdekat, hal itu dapat menguntungkan bagi usaha jasa karena akan semakin menambah pelanggan. Loyalitas pelanggan bisa di dapat dari kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan juga dengan kepuasan pelanggan, dengan kedua hal itu akan membentuk ikatan antara usaha jasa dengan pelanggannya dalam jangka panjang. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Normasari *et al.* (2013), menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, menurut Kristianto (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Chandra dan Santoso, (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, menurut Aryani *et al.* (2024) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Peggy Salon, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Peggy Salon Singaraja)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi di Peggy Salon yaitu:

1. Adanya peningkatan minat kunjungan pelanggan ke Peggy Salon karena kualitas pelayanan yang baik.
2. Adanya kesenjangan teori dengan bukti lapangan.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini terdapat tiga permasalahan yang diidentifikasi yaitu, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Peggy Salon.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Peggy Salon?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Peggy Salon?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Peggy Salon?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Peggy Salon
2. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Peggy Salon
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Peggy Salon
4. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini ditujukan kepada pihak yang membutuhkan. Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam penerapan ilmu pemasaran yang dapat memperluas wawasan mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, serta dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan pada Peggy Salon terkait strategi pemasaran yang sesuai mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, serta loyalitas pelanggan agar kedepannya Peggy Salon dapat menciptakan hubungan yang berkelanjutan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan, juga dapat menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan pelanggan. serta loyalitas pelanggan itu sendiri.