

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Menurut Kotler (2005), dalam meningkatkan persaingan masing-masing bisnis harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan jasa yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis *Barbershop*. *Barbershop* ialah salon tetapi khusus untuk laki-laki, hal ini dikarenakan bahwa bukan hanya perempuan saja yang selalu memperhatikan penampilan, tetapi laki-laki juga membutuhkan penampilan, mulai

dari potong rambut, cuci rambut, pijat dan perawatan yang lain yang sesuai dengan kebutuhan laki-laki. *Barbershop* merupakan sebuah inovasi atau perkembangan dari fashion, di mana dulunya barbershop sering disebut dengan tukang cukur. Pada zaman dahulu usaha pangkas rambut bermula dari tukang cukur keliling, hingga yang menetap, mulai dari tempat cukur terbuka di bawah pohon, tempat cukur sederhana yang sering disebut potong rambut Madura.

Kesemua model bisnis pangkas rambut tersebut, terbukti bisa tetap eksis dan mendapat pelanggan yang tersegmentasi. Perubahan dan perkembangan zaman membuat usaha inipun mengalami perubahan, hal ini tidak terlepas karena kaum laki-laki pun juga ingin merubah gaya rambutnya dengan nuansa modern, akan tetapi adanya rasa kurang nyaman bagi kaum pria bila harus berada dalam satu tempat perawatan yang sama dengan wanita sehingga muncullah usaha yang bernama *Barbershop*. Pesaing yang semakin kompetitif serta konsumen yang semakin kritis dalam memilih jasa potong rambut, menuntut usaha di bidang jasa potong rambut untuk lebih inovatif dalam menciptakan nilai jasa pelayanan. Demikian juga halnya di *Barbershop Uncle Do Binus*, dimana sebagai salah satu *barbershop* yang ada di sekitar Jakarta Barat, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di *Barbershop Uncle Do Binus*. Sebagai gambaran atas kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan *Barbershop Uncle Do*,

berikut data pengunjung di *BarbershopUncle Do* Binus selama satu tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1

Laporan Jumlah Kunjungan *Uncle Do Barbershop* Tahun 2016

Bulan	Jumlah Kunjungan
Januari	3150
Februari	3060
Maret	3360
April	3215
Mei	3015
Juni	3112
Juli	3900
Agustus	3515
September	3450
Oktober	3750
November	3650
Desember	4350

Sumber : *Uncle Do Barbershop*, Binus. 2016

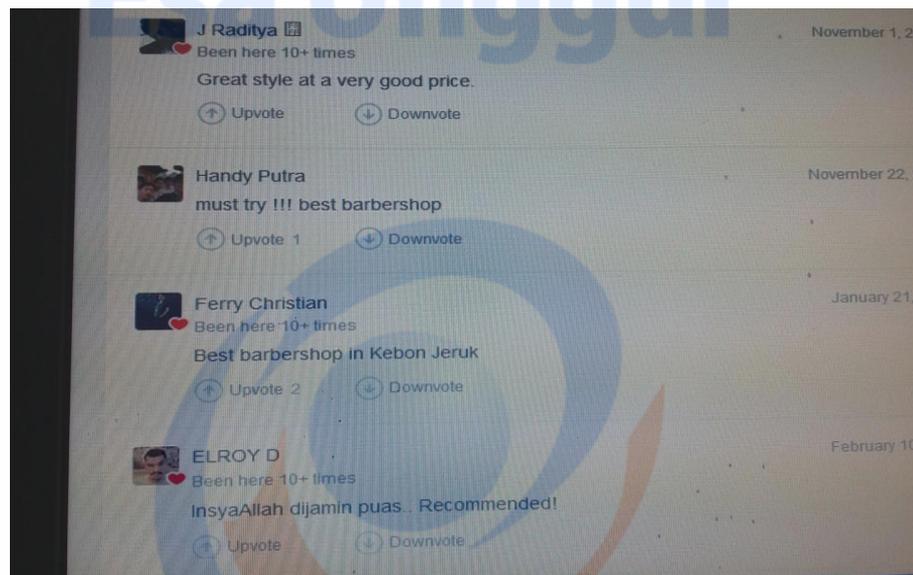
Data diatas menginformasikan bahwa tiap bulannya *Barbershop Uncle Do* konsisten ramai dikunjungi oleh konsumen. Ini membuktikan bahwa banyaknya kunjungan pelanggan dikarenakan adanya kepuasan yang di terima oleh masing-masing pelanggan *Barbershop Uncle Do*. Pelanggan *Barbershop Uncle Do* didominasi oleh pelajar dan mahasiswa. Sebanyak 78% pelanggan *Barbershop Uncle Do* memiliki profesi sebagai pelajar dan mahasiswa. Sebagai usaha yang bergerak dibidang jasa, *Barbershop Uncle Do* sendiri melakukan promosi dengan menggunakan media sosial internet yaitu facebook, twitter, dan instagram. Sebagai gambaran pelayanan yang diberikan *Barbershop Uncle Do* bagi pelanggannya, melalui media sosial ini pelanggan dapat melakukan *booking* terlebih dahulu sebelum sampai dilokasi *Barbershop Uncle Do* Binus. Berikut promosi yang dilakukan *Barbershop Uncle Do* melalui media sosial :



Sumber : *Barbershop Uncle Do*, Binus 2017

Barbershop mempunyai peluang dan tantangan seperti *barbershop-barbershop* pada umumnya. Pelanggan akan membandingkan layanan dan hasil yang diberikan *Barbershop Uncle Do* dengan layanan dan hasil yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi ke

Barbershop Uncle Do menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlah pelanggan *Barbershop Uncle Do* akan bertambah. Sebagai gambaran kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *Barbershop Uncle Do* para pelanggan dapat memberikan komentar, saran, kritik, melalui media sosial, berikut :



Sumber : *Barbershop Uncle Do*, Binus 2017

Gambar 1.1

Judul : Kepuasan Pelanggan

Meningkatnya produk atau jasa *Barbershop* yang beredar dipasar saat ini sudah sangat banyak dan tidak dapat dihindari lagi terjadinya persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan *Barbershop* dalam merebut kepercayaan konsumen yang lebih besar. Pengusaha dibisnis *Barbershop* berupaya untuk menarik dan mendapatkan pelanggan yang banyak untuk meningkatkan laba sehingga dengan hal ini *Barbershop Uncle Do* diharapkan dapat menjadi terdepan diantara *Barbershop-Barbershop* lainnya. Dengan memiliki harga yang terjangkau

di tempat yang memiliki banyak pesaing menjadi sorotan bagi konsumen *Barbershop Uncle Do*. *Barbershop Uncle Do* juga memberikan bonus *creambath* untuk pelanggan yang berkunjung lebih dari lima kali, akan tetapi *Barbershop Uncle Do* tidak memberikan diskon kepada pelanggan, dan untuk produk lainnya yang memiliki harga yang bervariasi.



No.	Jasa	Harga
1.	Cukur jenggot	Rp. 10.000
2.	Cukur Kumis	Rp. 5.000
3.	Cukur Rambut	Rp. 50.000

Sumber : *Barbershop Uncle Do*, Binus. 2017

Gambar 1.2

Judul : Harga

Berdasarkan wawancara dengan pengunjung *Barbershop Uncel Do* Binus, bahwa masih adanya keluhan-keluhan seperti antrian yang panjang, ini menyebabkan lamanya pelayanan, pelanggan merasakan lamanya waktu tunggu selama proses pendaftaran sampai dengan pelayanan cukur rambut dilaksanakan. Terlihat pada gambar berikut, ruang tunggu saat setelah pendaftaran banyaknya pelanggan yang tidak dapat tempat ketika menunggu antrian walaupun pelanggan masih bersedia antri.

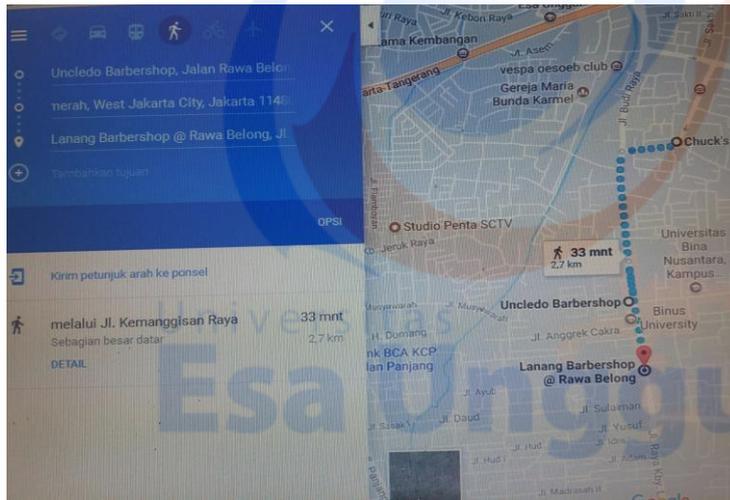


Sumber : *Barbershop Uncle Do*, Binus. 2017

Gambar 1.3

Judul : Kualitas Pelayanan

Selain dari harga dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah masalah lokasi yang merupakan dimana tempat suatu usaha dioperasikan atau dijalankan. Lokasi menjadi begitu penting karena berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran. Menurut Kotler (2009) menyatakan bahwa tempat atau lokasi yaitu sebagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Berikut gambar *Barbershop Uncle Do* Binus yang berada pada tempat yang strategis dan gambar pesaing sekitar. Berikut terlampir :



Sumber : *Barbershop Uncle Do*, Binus. 2017

Gambar 1.4

Judul : Lokasi

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”**.

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. *Barbershop Uncle Do* tidak pernah memberikan diskon dan khusus untuk member bila sudah datang 5 kali akan gratis creambath 1 kali. Hal ini mengindikasikan adanya masalah harga pada *Barbershop Uncle Do*.
2. Kurangnya Fasilitas ruang tunggu untuk pelanggan dan kurangnya kualitas

pelayanan yang diberikan kepada pelanggan karena antrian yang panjang (*waiting list*). Hal ini mengindikasikan adanya masalah terhadap kepuasan pelanggan pada *Barbershop Uncle Do*.

3. Banyaknya pesaing di kawasan Kampus Binus. Hal ini mengindikasikan adanya masalah lokasi *Barbershop Uncle Do* di wilayah yang memiliki banyak pesaing.
4. Banyaknya pesaing yang mampu menawarkan produk baru yang jauh lebih baik. Ini mengindikasikan adanya masalah terhadap kualitas pelayanan *Barbershop Uncle Do*.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penulis hanya membatasi penelitian ini pada masalah yang berhubungan dengan pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan *Barbershop Uncle Do* yang berlokasi di Kampus Binus Jl. Kemangisan Raya, Jakarta Barat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat di rumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara simultan?
3. Faktor apakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada *Barbershop Uncle Do*.
2. Mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada *Barbershop Uncle Do*.
3. Mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Barbershop Uncel Do*.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan berguna untuk berbagai pihak, terdapat kegunaan teoristis dan praktis dari penelitian ini, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dengan penggunaan strategi-strategi yang sesuai, tepat dan paling baik dalam menangani pelanggan serta sebagai tambahan referensi informasi tentang keinginan pasar (pelanggan). dan pengetahuan yang dapat memberikan manfaat dan juga pihak-pihak lain yang menaruh minat terhadap penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan yang berguna.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang harga, kualitas pelayanan, dan lokasi.