

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan industri saat ini semakin pesat, penampilan merupakan hal yang sangat penting bagi setiap orang. Penampilan yang baik dan menarik ditunjang dari berbagai macam hal antaranya adalah bagaimana *fashion* serta cara merawat tubuh. Dalam hal perawatan tubuh, dan kesehatan kulit tubuh, merupakan fokus utama yang biasanya selalu diperhatikan. Dengan memiliki kulit yang sehat, maka akan terlihat lebih cantik dan menarik.

Salon kecantikan adalah salah satu tempat yang dapat menunjang *fashion*. Menurut Maylina (2015), Salon kecantikan merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa pelayanan kecantikan dengan menyediakan fasilitas dan pelayanan yang bertujuan untuk merawat, mempertahankan, menambah kecantikan tubuh serta mengembalikan kesegaran, dan keindahan tubuh seseorang dengan menggunakan alat dan bahan kosmetik dan dikerjakan oleh ahli kecantikan.

Bisnis salon saat ini mulai berkembang di masyarakat. Hal ini disebabkan oleh tingginya animo masyarakat akan gaya hidup akan pentingnya penampilan. Konsumen selalu berusaha mencari hasil yang terbaik untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga penyedia jasa dituntut untuk menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tujuan yang utama dalam bisnisnya.

Sebagaimana suatu perusahaan yang selalu bersaing, Salon Cquita berusaha untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan tujuan akhir

mendapatkan kepuasan pelanggan. Salon Cquita berlokasi di Jalan Ahmad Yani No. 55, Kebumen. Salon Cquita menggunakan alat-alat dengan teknologi modern dalam membantu mengatasi berbagai permasalahan kulit pelanggan, dan alat yang dipakai aman, steril, dan terjaga kualitasnya. Komitmen Salon Cquita adalah untuk memberikan pelayanan terbaik ditangan para karyawan yang handal dalam bidangnya.

Total *Look* atau bisa disebut tampilan diri seutuhnya, menjadi faktor yang penting untuk menjaga kepercayaan diri. Salon Cquita selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, guna untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya (Gofur, 2019).

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) yang di harapkannya. Kepuasan dan ketidak puasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum membeli dengan yang sesungguhnya diperoleh dari pelanggan dari produk yang dibeli tersebut. Ketika pelanggan membeli suatu produk maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi (Fandy Tjiptono dan Anastasya Diana, 2019). Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Salon Cquita, penulis melakukan observasi awal kepada 30 responden yang dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen.

**Tabel I-1**  
**Observasi yang memengaruhi kepuasan pelanggan**

No	Variabel	Alasan	Jumlah	Presentase
1	Kualitas Pelayanan	Karyawan Salon Cquita melayani pelanggan dengan sopan, cepat, dan tepat	13	43%
2	Kewajaran Harga	Harga sesuai dengan pelayanan yang didapat	9	30%
3	Store Atmosphere	Pencahayaan lampu dan suhu ruangan di Salon Cquita memberikan kesan nyaman	8	27%
<b>Jumlah</b>			<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Responden, 2023*

Tabel I-1 dijelaskan dari total 30 responden puas dengan Salon Cquita karena alasan karyawan Salon Cquita melayani pelanggan dengan sopan, cepat, dan tepat berjumlah 13 orang. Harga sesuai dengan pelayanan yang didapat berjumlah 9 orang. Dan alasan lainnya yaitu pencahayaan lampu dan suhu ruangan di Salon Cquita memberikan kesan nyaman berjumlah 8 orang.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pemilik bisnis berusaha sebaik mungkin memberikan segala yang terbaik untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Beberapa cara dalam merebut perhatian pelanggan dan membentuk anggapan produk dan jasa yang baik kepada pelanggan adalah dengan

melakukan strategi pelayanan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi (Januar Efendi, 2016).

Menurut Tala (2016) kualitas pelayanan merupakan kunci dari proses penyediaan jasa, setiap pelanggan pasti menginginkan pelayanan yang terbaik saat menggunakan suatu jasa. Kualitas jasa akan mewakili *image* sebuah penyedia jasa dimata pelanggan. Pelayanan yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2019), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan pelanggan serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Salon Cquita memberikan pelayanan berupa sikap yang ramah dan sopan terhadap pelanggan, berbicara dengan bahasa yang baik dan mudah dipahami, dan karyawan Salon Cquita memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan.

Kewajaran harga didefinisikan sebagai suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses agar mencapai hasil yang masuk akal dan dapat diterima. Aspek kognitif definisi ini menunjukkan bahwa penelitian kewajaran harga melibatkan perbandingan prosedur harga yang terkait dengan standar, referensi atau norma (Consuegra et al., 2007). Sejumlah uang dikeluarkan untuk memperoleh sebuah produk. Kewajaran harga sering dibicarakan dalam komunikasi dari mulut ke mulut. Banyaknya pilihan produk membuat konsumen mengalami kesulitan

untuk menentukan keputusan memilih, sehingga sebagian besar konsumen dalam membuat keputusan pembelian lebih condong ke harga terlebih dahulu di bandingkan kualitasnya. Salon Cquita menawarkan harga spa dan cat rambut yang sesuai dengan kualitas produk jasanya.

*Store atmosphere* merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh suatu bisnis dalam menciptakan kepuasan pelanggannya. Menurut Berman dan Evan (2018), *store atmosphere* merupakan karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan. Salon Cquita memiliki pencahayaan lampu dan suhu ruangan yang memberikan kesan nyaman pada pelanggan. Warna cat dinding salon menarik sehingga menciptakan persepsi positif, ruangan untuk perawatan spa yang terjaga privasinya, dan papan nama Salon Cquita yang terpampang dengan jelas memudahkan pelanggan dalam mengenalinya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kewajaran Harga, dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Cquita (Studi Pada Pelanggan Salon Cquita di Kabupaten Kebumen)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan, kewajaran harga, dan *store atmosphere*. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka pertanyaan peneliti ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Cquita di kabupaten Kebumen?

2. Apakah terdapat pengaruh kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Cquita di kabupaten Kebumen?
3. Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Cquita di kabupaten Kebumen?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kewajaran harga, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Cquita di kabupaten Kebumen?

### 1.3 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, dilakukan pembatasan masalah agar penelitian lebih fokus dan hasil yang didapatkan sesuai dengan tujuan awal yang telah dirumuskan. Adapun batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kewajaran harga, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Salon Cquita di Kabupaten Kebumen.
2. Membatasi variabel penelitian pada:
  - a. Kualitas Pelayanan

kualitas Pelayanan menurut Kasmir (2017) adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Kepuasan tersebut tentunya dapat tercipta apabila harapan pelanggan terpenuhi. Di dalam penelitian ini menggunakan indikator Menurut Tjiptono (2011) yaitu:

- 1) Keandalan (*Reliability*)
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

- 3) Jaminan (*Assurance*)
- 4) Empati (*Empathy*)
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

b. Kewajaran Harga

Menurut (Xia,Monroe,Cox,2004:1), kewajaran harga adalah penilaian konsumen dan terkait emosi apakah ada perbedaan (atau tidak ada perbedaan) antara harga dari penjual dibandingkan dengan harga pihak lain dengan wajar, dapat diterima atau dibenarkan.. Di dalam penelitian ini menggunakan indikator menurut Stanton (1998) yaitu:

- 1) Keterjangkauan Harga
- 2) Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk
- 3) Kesesuaian Harga Dengan Pelayanan Yang Ditawarkan

c. *Store Atmosphere*

Menurut Berman dan Evan (2018), *store atmosphere* mengacu kepada karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan. Di dalam penelitian ini menggunakan indikator Barry dan Evans (2004) yaitu:

- 1) Bagian Luar Toko (*Store Exterior*)
- 2) Bagian Dalam Toko (*General Interior*)
- 3) Tata Letak Toko (*Store Layout*)
- 4) Dekorasi Pemikat Dalam Toko (*Interior Point of Interest Display*)

#### d. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Philip Kotler (2020), yaitu dipandang sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk dan pelayanan dengan harapan pelanggan. Di dalam penelitian ini menggunakan indikator menurut menurut Fandy Tjiptono Ph.D. (2016) yaitu:

- 1) Kualitas Produk
- 2) Harga
- 3) Kualitas Pelayanan
- 4) Faktor Emosional

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Cquita di kabupaten Kebumen.
2. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Cquita di kabupaten Kebumen.
3. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Cquita di kabupaten Kebumen.
4. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kewajaran harga, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Cquita di kabupaten Kebumen.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis yang didapat dalam penelitian ini yaitu sebagai referensi dan informasi bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian dibidang pemasaran. Bagi akademik dapat memberi kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran, dan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang didapat dalam penelitian ini yaitu bisa bermanfaat bagi pemilik Salon Cquita Kebumen untuk dijadikan bahan pemikiran dalam merancang strategi pemasaran khususnya yang terkait dengan kualitas pelayanan, kewajaran harga, *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen. Sehingga dapat menarik dan menjaga tingkat penjualan.