

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan di inginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik dari pada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing dipasaran.

Dewasa ini masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan agar senantiasa menarik. Penampilan menjadi sesuatu yang penting dimana semua orang ingin terlihat menarik sehingga orang tersebut memiliki nilai tambah ataupun nilai lebih di lingkungan sosialnya. Kenyataan ini membuat kesadaran masyarakat akan perawatan diri semakin meningkat, sehingga kini menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Oleh sebab itu, keindahan fisik dari manusia kini tidak dapat dipisahkan dari masyarakat, mereka akan membayar berapapun harganya untuk mendapatkan diri yang terawat dan penampilan yang menarik sehingga mereka memiliki nilai tambah dalam lingkungan sosialnya.

Fenomena ini menyebabkan kebutuhan masyarakat akan jasa ataupun layanan perawatan kecantikan juga semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat akan suatu layanan perawatan kecantikan ini semakin meningkat tajam ditunjang dengan perkembangan dunia fashion yang sangat pesat, sehingga dunia kecantikan merupakan peluang bisnis yang menjanjikan. Jasa perawatan kecantikan kulit merupakan salah satu peluang bisnis yang sedang berkembang pesat saat ini. Pertumbuhan rata-rata bisnis di bidang kecantikan dan perawatan adalah sebesar 7% pertahun, hal ini menunjukkan besarnya peluang sekaligus kompetisi yang terjadi pada industri jasa perawatan kecantikan kulit di Indonesia.

Adanya kebutuhan konsumen terhadap penampilan yang menarik, sehat dan bersih membuka sebuah peluang bisnis yang besar bagi para pengusaha ataupun penyedia jasa untuk membuka tempat-tempat perawatan kecantikan. Seiring dengan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi banyak sekali penemuan mengenai berbagai macam metode perawatan serta kulit wajah dan tubuh, sehingga tawaran akan metode perawatan tubuh sangat variatif mulai dari bahan kimia sintetis hingga bahan alam.

Alasan peneliti memilih Salon Fifit Marissa sebagai objek penelitian adalah karena Salon Fifit Marissa menyuguhkan tempat perawatan yang nyaman, dan harga murah sehingga dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat khususnya para pelajar. Hal ini menjadi alasan yang menarik bagi peneliti untuk menjadikan Salon Fifit Marissa sebagai objek penelitian untuk melihat seberapa baik kualitas layanan Salon Memey dan bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan tersebut sehingga dapat menimbulkan loyalitas bagi

pelanggannya. Sekarang ini banyak pusat perawatan kecantikan yang bermunculan dengan berbagai macam metode perawatannya. Salah satu tempat yang merupakan pusat perawatan kecantikan tersebut adalah Salon Fifit Marissa.

Berikut ini merupakan kunjungan konsumen pada salon fifit marisa hiang pada tahun 2022 :

**Tabel 1.1**  
**Kunjungan Konsumen Pada Salon Fifit Marisa Hiang**  
**Tahun 2022**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Kunjungan</b>
Januari	90 Orang
Februari	100 Orang
Maret	100 Orang
April	95 Orang
Mei	150 Orang
Juni	80 Orang
Juli	90 Orang
Agustus	100 Orang
September	100 Orang
Oktober	100 Orang
November	100 Orang
Desember	90 Orang

*Sumber: Salon Fifit*

Dalam melaksanakan kegiatannya salon fifit bukan hanya melayani konsumen yang datang langsung ke salon, namun juga melayani konsumen langsung ke rumah konsumen seperti make up pengantin beserta keluarga serta make up bridemaids, selain itu juga salon fifit melayani make up untuk acara acara yang dapat dipanggil ke rumah konsumen.

Semakin baik kualitas suatu jasa atau layanan tentunya akan semakin meningkatkan kepuasan dari pelanggan. Kualitas jasa yang diterima konsumen (perceived service quality) diartikan sebagai perbedaan antara harapan konsumen (expected service) dengan persepsi mereka mengenai jasa yang dirasakan

(perceived service). Kualitas layanan yang baik akan memberikan pengaruh positif pada terjalinnya hubungan harmonis antara penyedia jasa dengan pelanggan, serta berpengaruh besar pada terciptanya loyalitas pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014) Kepuasan Konsumen adalah situasi yang di tunjukkan oleh kepuasan konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Kepuasan konsumen adalah kebanggaan konsumen, kesesuaian gaya hidup konsumen yaitu pelayanan yang diberikan Salon Fifit Marissa sesuai dengan harapan yang diberikan, layanan yang diberikan karyawan butik Salon Fifit Marissa bersedia dihubungi oleh konsumen yang membutuhkan informasi tentang pelayanan dan produk Salon Fifit Marissa, konsumen datang kembali karena puas karena pelayanan yang diberikan oleh Salon Fifit Marissa sangat memuaskan dan kesediaan merekomendasi gaya terbaru.

Kotler dan Amstrong (2011) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Semakin maraknya bisnis salon yang cukup bersaing sebaiknya trend pengelolaan fasilitas akomodasi dan pelayanan mengarah pada konsep yang mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan produk dan fasilitas yang lengkap, nyaman dan berkualitas. Persaingan yang ketat antar Salon tersebut

menyebabkan masing-masing salon berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin. Untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan tersebut, pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya.

Keberhasilan sebuah bisnis perhotelan dalam meraih kepuasan pengguna jasanya pada tahap awal ditentukan antara lain oleh keunggulan produknya, oleh karena sebagian besar produknya berupa jasa maka keberhasilan itu hanya dapat dipertahankan dan dikembangkan oleh sikap manusianya yang disebut sikap melaksanakan *Service Excellence* (pelayanan unggul) kepada para pelanggan di Hotel/penginapan tersebut. Telah terbukti di negara-negara maju bahwa untuk memuaskan para pelanggan dapat dilakukan melalui *Service Excellence*. *Service Excellence* yaitu bagaimana cara para karyawan atau sumber daya manusia pada institusi tersebut melayani para pelanggan sehingga mereka mempunyai kesan yang positif terhadap institusi tersebut. *Service Excellence* identik dengan sikap baik atau behavior dalam memandu layanan. Akibatnya para pelanggan akan merasa puas dan terus menggunakan jasa hotel/penginapan tersebut, tetapi yang lebih penting lagi yaitu penyampaian dari mulut ke mulut mengenai *Service Excellence* suatu bisnis hotel/penginapan atau institusi itu dan sebagai akibatnya volume jasa layanan atau usaha lembaga tersebut akan meningkat.

Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Firmansyah, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah, Kualitas pelayanan, Harga dan Fasilitas, sedangkan menurut Lupiyoadi (2001) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.

Menurut Kotler dan Keller (2009) Kualitas Produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Definisi ini merupakan pengertian kualitas yang berpusat pada konsumen sehingga dapat dikatakan bahwa seorang penjual memberikan kualitas produk atau pelayanan penjual telah memenuhi harapan konsumen. Kualitas dalam upaya pemenuhan kebutuhannya, seseorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi. Kualitas Produk yang diinginkan oleh konsumen menyangkut manfaatnya bagi pemenuhan kebutuhan dan keamanannya bagi diri konsumen, sehingga konsumen merasa tenang dalam menggunakan produk tersebut. Untuk memenuhi keinginan konsumen agar tenang dalam menggunakan produk dan cara penggunaannya. Demi memenuhi kebutuhan pelanggannya, perusahaan harus selalu memperbaiki produk lama dengan memunculkan produk-produk baru dan juga memperbaiki kualitasnya kearah yang semakin baik.

Fenomena pada kualitas produk di salon ffit marisa hiang dimana merk produk yang digunakan merupakan produk yang biasa dipasaran serta banyak digunakan oleh masyarakat, namun dengan kemajuan jenis produk konsumen berharap bahwa produk yang akan di gunakan pada salon ffit sesuai dengan yang diharapkannya, selain itu juga salon ffit jarang mengupdate produknya di media promosinya.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2013) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan

atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat yang memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut. Menurut Kotler Dan Amstrong (2013) menyatakan bahwa didalam variabel harga terdapat beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, potongan harga atau diskon, daya saing harga, dan harga yang dipersepsikan.

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan. Menurut Lupiyoadi (2013), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha. Bagi pelaku usaha, dalam menetapkan harga harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar para konsumen bisa membeli barang tersebut. Dan bagi konsumen, harga adalah suatu pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam membeli suatu barang dan juga merupakan persepsi mengenai produk tersebut.

Berikut ini adalah rincian harga pelayanan yang ada pada salon Fifit Marissa Hiang:

**Tabel 1.2**  
**Daftar Harga Pelayanan**  
**Salon Fifit Hiang**

No	Jenis Pelayanan	Harga
1	Make Up Pengantin	Rp. 1.500.000
2	Make Up Pengantin + Prewed	Rp. 2.000.000
3	Make Up Bridesmaid	Rp. 150.000/ orang
4	Potong Rambut Wanita	Rp. 50.000
5	Potong Rambut Pria	Rp. 25.000
6	Hair Spa	Rp. 150.000
7	Rebonding	Rp. 150.000
8	Recoloring	Rp. 150.000

Sumber: Salon Fifit Hiang.

Adapun fenomena mengenai harga pada salon ffit adalah dimana tidak pernah diberlakukannya diskon atau potongan harga kepada konsumen, walaupun itu konsumen tetap, karena dari hasil wawancara bersama ibu ffit bahwa tidak diberlakukannya sistem potongan harga karena ingin menyesuaikan harga dengan kualitas produk yang digunakan adalah sama, sehingga konsumen tidak kecewa dengan harga produk tersebut.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2014) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kotler dalam Alma (2007), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan.

Pelayanan yang berkualitas tingkat keuntungan perusahaan. Kotler dalam Alma (2007), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan



keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Fenomena mengenai kualitas pelayanan terletak pada indikator *tangibles* dimana alat yang digunakan merupakan alat yang sudah lama dan tidak banyak alat baru yang digunakan serta lambatnya mengetahui trend trend terkini, sehingga salon ffit sedikit terlambat dalam update trend trend terbaru.

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan acuan dan refensi dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Nofitasari, Alwi Suddin, Rahayu Triastity dengan judul penelitian “Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nggone Konkoku Coffe House Di Surakarta (Survei pada Pelanggan Nggone Konkoku Coffe House di Surakarta). Penelitian oleh Indra Lutfi Sofyan, Ari Pradhanawati & Hari Susanta Nugraha dengan judul penelitian “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang’. Penelitian oleh Dewandi, Yulizar Kasih, Idham Cholid dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Emilia Palembang”. Dan penelitian yang dilakukan oleh Zainal Prayogi, H. Agustian Burda, BSBA, MBA dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Borobudur Jakarta”.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Fifit Marissa Hiang”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Akademis**

- 1) Bagi Penulis

Untuk memenuhi salah satu tugas akhir perkuliahan dalam meraih Gelar Sarjana pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi program studi Manajemen Pemasaran

- 2) Bagi Akademik

Dengan penelitian ini penulis berharap akan menambah wawasan dan pengetahuan pembacanya khususnya tentang pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang.

##### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

- 1) Bagi Perusahaan

Sebagai informasi atau masukan bagi Salon Fifit Hiang. dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang.

- 2) Bagi Masyarakat

Sebagai bahan perbandingan bagi masyarakat dalam hal pemasaran atau sebagai acuan bagi penulis lain yang permasalahannya ada hubungannya dengan tulisan ini.

