

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan gaya hidup kaum urban, penampilan menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat. Penampilan bukan hanya menjadi kebutuhan wanita, kini pria juga ingin selalu tampil rapi dan menarik disetiap kegiatan maupun acara. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh kaum pria agar terlihat lebih menarik, salah satunya adalah rambut. (Hadi, 2019). Potong rambut merupakan kebutuhan orang setiap bulannya, tidak terkecuali bagi pria. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, bermunculan jasa potong rambut yang menawarkan potongan rambut hingga perawatan rambut khusus pria. Bentuk bisnis layanan potong rambut khusus pria adalah *barbershop*. Usaha Kecil dan Menengah yang bergerak di bidang usaha jasa salah satunya adalah *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 atau pangkas rambut (Adawiyah, Supriatna, & Setiawan, 2020). Berbeda dengan salon, *barbershop* memiliki suasana yang lebih maskulin dibandingkan dengan salon yang memiliki suasana lebih feminin. Suasana maskulin dibentuk dengan desain interior dan eksterior yang bertema pria, tukang cukur juga pria dan hanya menerima konsumen pria. Dengan demikian *barbershop* menjadi tempat yang nyaman bagi kaum pria untuk memanjakan mahkota kepalanya tanpa harus malu. (A Buchari, 2018).

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan atau konsumen membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, janji dan informasi dari pemasar dan pesaingnya, atau dari komentar teman dan kerabat. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya. Definisi kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler & Keller, 2005). Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan. Perilaku konsumen berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Banyak faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang diantaranya bisa menimbulkan rasa senang atau kecewa. Faktor-faktor tersebut bisa disebabkan dari konsumen sendiri, salah satu contohnya dari gaya hidup pribadinya, dan faktor lainnya disebabkan dari penjual produk/jasa perusahaanya.

Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang yang diidentifikasi oleh bagian orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (minat) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (Haryono, 2014). Menurut (Ihalauw, JOI & Ristiyanti, 2002) Gaya Hidup adalah bagaimana seseorang hidup (*how one lives*), termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana mengalokasikan waktunya, dan sebagainya. Menurut (Blackwell, 2005) "*lifestyle is also the comprehensive outcome, combining economy, culture and social life*". Yang dapat diartikan adalah Gaya hidup juga hasil yang komprehensif, menggabungkan kehidupan ekonomi, budaya dan sosial. Menurut (Kotler & Keller, 2005) Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan

opiniya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Para pemasar mencari hubungan antara produk mereka dengan kelompok gaya hidup. Dari hasil penelitian (Muchsin, 2017) bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Citra Merek menurut (Tjiptono, 2008) adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Menurut (Ratri, 2007) citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merek yang dimaksud. Informasi ini didapat dari dua cara, yang pertama melalui pengalaman konsumen secara langsung, yang terdiri dari kepuasan fungsional dan kepuasan emosional. Merek tersebut tidak cuma dapat bekerja maksimal dan memberikan performansi yang dijanjikan tapi juga harus dapat memahami kebutuhan konsumen, mengusung nilai-nilai yang diinginkan oleh konsumen dan juga memenuhi kebutuhan individual konsumen yang akan memberi kontribusi atas hubungan dengan merek tersebut. Kedua, persepsi yang dibentuk oleh perusahaan dari merek tersebut melalui berbagai macam bentuk komunikasi, seperti iklan, promosi, hubungan masyarakat (public relations), logo, dan lain sebagainya. Dari hasil penelitian (Ferdiansyah et al., 2022) menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima yang berarti bahwa semua variabel independen (salah satunya citra merek) berpengaruh positif terhadap variabel dependen (yaitu kepuasan pelanggan).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi Manajemen Pemasaran. (Tjiptono, 2016) menyatakan kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Menjaga kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci dalam membantu perusahaan agar tetap bisa menjaga pelanggannya tetap loyal. Selain itu kepuasan merupakan perasaan kecewa maupun senang sebagai hasil perbandingan dari hasil atau penampilan produk yang diterima beserta harapannya. Ketika konsumen merasa senang dengan hasil atau penampilan dari produk tersebut, maka ia akan merasa puas terhadap produk tersebut (Aditya & Kusumadewi, 2017). Layanan adalah suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya konsumen mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Menurut (Tjiptono, 2014) Kualitas layanan merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan bagi usaha yang bergerak dalam bidang jasa terutama jasa murni. Kualitas layanan sangat dibutuhkan untuk memenangkan persaingan. Kualitas layanan juga diartikan sebagai pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan (Widodo, 2017). Dari hasil penelitian (Afandi, Setyowati, & Saidah, 2019) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Di kota Jember saat ini, *barbershop* merupakan usaha yang sedang berkembang pesat. Perkembangan ini dapat dilihat dengan banyaknya usaha *barbershop* di wilayah kota Jember. Tiap *barbershop* memiliki daya tarik tersendiri. Daya tarik tersebut yang membedakan *barbershop* satu dengan yang lainnya. (A Buchari, 2018). Di kota Jember sendiri sudah terdapat banyak *barbershop* yang namanya sudah cukup populer dikalangan mahasiswa yaitu contohnya *Sadimo Barbershop*, *Sevenhead Barbershop*, *Barbershop Blaise Monkey*, *Black Candy Barbershop* dan masih banyak lagi. Untuk penjelasan lebih lanjutnya berikut adalah nama – nama *barbershop* beserta lokasi dan rating menurut data review Google.

Tabel 1. 1 Daftar *Barbershop* di Daerah Jember

No.	Nama <i>Barbershop</i>	Lokasi	Rating (Google Review)
1.	Kharisma Pangkas Rambut	Jl. Sumatra No.21-A, Tegal Boto Lor, Sumbersari	4.4 dari 447 reviews
2.	Sadimo Barbershop	Jl. Mastrip No. 69 Ruko Elphasindo, Sumbersari	4.4 dari 312 reviews
3.	Gentlemen Barbershop	Jl. Gatot Subroto No.26, Kampungtengah, Kapatihan	4.5 dari 327 reviews
4.	Black Candy Barbershop	Jl. Karimata No. 87, Gumuk Kerang, Sumbersari	4.4 dari 217 reviews
5.	Tobacco Barbershop	Jl. Jawa. Komplek Ruko Java Square No.18, Sumbersari	4.8 dari 146 reviews
6.	Sevenhead Barbershop 2	Jl. Sumatra, Tegal Boto Lor, Sumbersari	4.5 dari 107 reviews
7.	Doelsa'ed Barbershop	Jl. Sumatra, Gumuk Kerang, Sumbersari	4.5 dari 107 reviews
8.	Jenderal Barbershop	Jl. Mastrip No.77, Krajan Barat, Sumbersari	4.4 dari 77 reviews
9.	Big Daddy Barbershop	Jl. Karimata No. 48 Gumuk Kerang, Sumbersari	4.4 dari 78 reviews
10.	Gleen Barber	Jl. Tegal Besar Kulon, Tegal Besar	4.9 dari 59 reviews
11.	Den Bagoes Barbershop	Jl. Kartini, Krajan, Tanggul Wetan, Tanggul	4.9 dari 7 reviews
12.	Arf Barbershop	Jl. Raya Lumajang – Jember, Krajan, Alun-Alun Tanggul	4.2 dari 6 reviews

Sumber: barberhead.com/jember (data diambil pada tanggal 3 Januari 2022)

Den Bagoes *Barbershop* merupakan salah satu penyedia jasa pangkas rambut khusus pria yang usahanya cukup berkembang dari tahun 2016 sampai 2022 saat ini. Dari segi pengalaman, keterampilan, ketepatan dari pemilik usaha *barbershop* ini, Den Bagoes *Barbershop* merupakan tempat cukur yang cukup bagus di Tanggul. Hamid Muhammad selaku pemilik usaha *barbershop* ini merupakan warga asli Jember yang sudah memiliki sertifikat berupa Sertifikasi Profesi Barber Indonesia, dan sertifikat berupa event event *barber* yang ada di Indonesia.

Bisnis Den Bagoes *Barbershop* dikembangkan dengan konsep memaksimalkan pelayanan terbaik dengan menyediakan tukang cukur yang cakap, tempat yang nyaman, lokasi yang mudah di akses dan harga yang terjangkau. Untuk sumber daya manusia nya Den Bagoes *Barbershop* membuat sekolah khusus *barber* yang ditujukan langsung untuk yang ingin belajar langsung dari pemiliknya sendiri yaitu Hamid Muhammad. Dengan begitu, untuk hal keterampilan, ciri khas, dan pengerjaan jasa dari para tukang cukur Den Bagoes sendiri pasti tidak akan jauh berbeda dari pemilik aslinya. Selain menyediakan jasa cukur rambut, Den Bagoes *Barbershop* juga menyediakan jasa lain berupa *Shaving*,

Creambath, Massage, dan Colouring. Harga jasanya merupakan harga yang terjangkau untuk kalangan anak muda sekarang.

Konsep Den Bagoes *Barbershop* sendiri lebih mengutamakan ketelitian dalam proses pengerjaannya, tidak luput juga dari cara memberikan rasa kenyamanan yang ditujukan untuk pelanggannya contohnya berupa menyediakan sofa empuk di ruang tungguannya beserta sejuknya kipas yang ada di ruangan *barbershop* dan menyediakan air mineral gratis juga khusus untuk pelanggannya.

Berdasarkan data penilaian (*Google reviews*) diatas, Den Bagoes *Barbershop* menunjukkan kualitasnya yang cukup untuk bersaing dengan usaha-usaha *barbershop* sekitar bahkan yang di pusat kota sekalipun, tetapi tidak sedikit orang yang belum mengetahui Den Bagoes *Barbershop* dikarenakan faktor lokasi yang jauh dari kota dan tentunya kurang mendapat perhatian bagi orang awam yang belum terlalu peka terhadap gaya atau penampilan diri mereka. Faktor masalah lain yang mungkin orang-orang belum terlalu minat untuk mengunjungi atau menggunakan jasa tukang cukur modern (*barbershop*) adalah dari faktor harga. Orang mengira dengan tempat yang nyaman dan fasilitas yang lengkap bahkan mewah *barbershop* adalah tempat yang terlalu memakan biaya yang hanya mencukur rambut saja, padahal dari situ merupakan citra merek dari suatu usaha yang tujuannya bisa memberikan hasil kepuasan pelayanan yang setara dengan biaya yang dikeluarkan. Setiap orang pasti mempunyai gaya hidupnya masing-masing, termasuk pilihan antara memilih yang dibutuhkan atau diinginkan. Maka dari itu gaya hidup memang cukup berpengaruh untuk menentukan keputusan orang dalam memilih suatu jasa atau barang.

Berdasarkan dari fenomena yang terjadi, peneliti menemukan suatu permasalahan yang terjadi pada Den Bagoes *Barbershop*, yaitu terjadinya keterlambatan kenaikan penjualan jasa dibandingkan *barbershop* lainnya, yang faktornya meliputi dari pola gaya hidup yang tidak mengikuti jaman, sehingga tidak terjadi pengembangan untuk memilih dan melakukan pembelian produk/jasa yang lebih modern dan berkualitas, berikutnya yaitu kurangnya informasi *brand image* dari jasa tersebut untuk orang-orang awam yang belum terlalu peka terhadap penampilan mereka. Faktor lainnya yaitu dari kualitas pelayanannya yang bisa dikembangkan lagi, contohnya penguasaan *skill* mencukur model gaya rambut terbaru yang mengikuti perkembangan zaman. Maka peneliti mencoba mengangkat variabel-variabel yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan sehingga diharapkan dapat mempertahankan atau bahkan bisa menaikkan penjualan. Peneliti berusaha untuk mengkaji pengaruh dari variabel-variabel berikut, yaitu dari Gaya Hidup, Citra Merk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Den Bagoes *Barbershop* Tanggul Jember. Diharapkan dapat membantu menciptakan Kepuasan Pelanggan serta sebagai salah satu faktor penaikan penjualan yang stabil. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Den Bagoes *Barbershop* Tanggul Jember karena peneliti berharap dari usaha ini agar bisa berkembang dan mampu bersaing dengan pesaing yang lainnya. Adanya dari persaingan tersebut juga mengakibatkan turunnya tingkat keseimbangan penjualan produk/jasa sehingga akan berdampak kurang baik untuk kedepannya.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian yang menjadi rujukan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Muchsin, 2017) di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa setiap peningkatan gaya hidup akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen di Kecamatan Dewantara. Sama seperti penelitian yang dilakukan kali ini, bahwa untuk mengukur peningkatan gaya hidup dalam memilih antara *barbershop* dengan tempat cukur tradisional juga diikuti oleh peningkatan ekspektasi dari kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian tersebut, hasil penelitian dari (Prihandoyo, 2019) melakukan pengujian yang sama terhadap lima dimensi atau pada penelitian kali ini disebut indikator dari kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap kepuasan pelanggan pada Den Bagoes *Barbershop* Tanggul Jember.
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Den Bagoes *Barbershop* Tanggul Jember.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Den Bagoes *Barbershop* Tanggul Jember.

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap kepuasan pelanggan di *Barbershop* Den Bagoes Tanggul Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan di *Barbershop* Den Bagoes Tanggul Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Barbershop* Den Bagoes Tanggul Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
 - a. Memberikan tambahan pengetahuan yang dapat dipakai sehingga peneliti dapat memperoleh perbedaan apa yang dipelajari di kampus dengan paraktek di lapang.
 - b. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam mengkaji permasalahan yang terjadi di pasar jasa.
2. Bagi Universitas Muhammadiyah Jember
 - a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam proses belajar mengajar di Program Studi Manajemen.
 - b. Dapat memberi manfaat untuk dunia akademik dalam memperkaya teori - teori khususnya untuk analisis strategi pemasaran yang tepat dalam dunia bisnis.
3. Bagi *Barbershop* Den Bagoes Tanggul Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran sebagai bahan masukan bagi *Barbershop* Den Bagoes Tanggul Jember untuk meningkatkan kualitas dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat agar jumlah pendapatan semakin meningkat.