

# **BAB 1**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis saat ini semakin dinamis, kompleks, dan tidak pasti sehingga memacu para pengelola perusahaan untuk dapat berpikir secara kreatif, inovatif agar selalu memberikan diferensiasi, serta keunggulan bagi perusahaannya dibandingkan dengan para pesaingnya. Perusahaan dituntut tidak hanya sekedar mengembangkan produk yang baik, menawarkan dengan harga yang menarik, dan membuatnya mudah diperoleh oleh pelanggan yang membutuhkan. Perusahaan juga perlu mengembangkan promosi (komunikasi) pemasaran yang efektif terutama kepada para konsumen. Fungsi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan semua aktifitas yang berhubungan dengan arus barang dan jasa sejak dari produsen sampai konsumen akhir (Kotler, 2003).

Dengan memperhatikan kegiatan pemasaran maka diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang dilakukan pelanggan melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas kepuasan pelanggan yang diambilnya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk. Dalam perilaku konsumen banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, faktor-faktor tersebut adalah layanan harga, merek, atribut, promosi, dan sebagainya. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan akan suatu produk dapat berasal dari dalam diri konsumen maupun berasal dari luar diri konsumen (Kusumastuti, 2011: 2).

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler, 2008:345). Harga merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran dan satu-satunya yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Dalam hal ini penetapan dan persaingan harga merupakan salah satu strategi penting dalam persaingan antar perusahaan yang sejenis. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sementara itu dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2007:126). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ghozali, 2014 yang membahas tentang adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan adalah menjadi salah satu bukti bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler, 2010:297). Layanan yang berkualitas adalah persepsi konsumen merasa puas saat terjadinya proses transaksi. Menurut Kotler (2006:176), layanan merupakan suatu perlakuan terhadap konsumen yang berupa tingkah laku dan sikap dalam memuaskan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Diasari, 2016 yang membahas tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai alasan untuk menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Keputusan pembelian didefinisikan sebagai tindakan atau pemikiran sebelum dan sesudah melakukan pembelian (Kotler, 2006:217). Perbandingan antara harapan dan kinerja tersebut akan menghasilkan perasaan senang atau kecewa di benak pelanggan. Apabila kinerja sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa senang atau puas. Sebaliknya apabila kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas. Keputusan pembelian merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan pelanggan atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen, et al, 2005:110). Faktor harga dan kualitas layanan adalah aspek yang dapat menentukan pelanggan puas atau tidak seperti yang diterangkan dalam peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Ghozali, 2014 dan Diasari, 2016.

Usaha jasa Salon adalah sebuah usaha perseorangan yang bergerak di bidang jasa perawatan anggota tubuh dan kecantikan, kecantikan rambut dan kecantikan badan. Usaha ini dikhususkan bagi para wanita dan pria baik anak-anak remaja hingga orang dewasa. Jenis jasa yang ditawarkan sangat variatif mengingat kebutuhan akan kecantikan merupakan idaman bagi setiap wanita. Salon merupakan salah satu wadah untuk mewujudkan hal tersebut. Selain itu, pelayanan yang baik menjadi andalan salon tersebut untuk meningkatkan mutu pelayanan bagi pengunjung salon sehingga tidak akan mengecewakan pelanggan. Usaha jasa Salon harus berada di lokasi yang strategis di kota besar atau tempat yang ramai sehingga memudahkan pelanggan dapat mudah untuk mengunjungi salon tersebut. Prospek pengembangan usaha salon ini sangat menjanjikan mengingat pangsa pasar yang cukup besar khususnya bagi perempuan dimana seiring perkembangan jaman, tren dan model gaya rambut yang terus berubah ditambah kebutuhan akan kecantikan diri sangat penting bagi perempuan. Berangkat dari

pemikiran ini kami membuat ide untuk membuka usaha salon kecantikan yang cukup menggiurkan di dunia bisnis ini.

Di Kabupaten Jember tepatnya di Desa Gambirono telah berdiri usaha jasa salon yang cukup ramai dikunjungi oleh warga setempat dan warga dari luar desa Gambirono tersebut. Salon Mamik yang bergerak dibidang jasa ini melayani pelanggan dengan menyediakan jasa potong rambut, *rebonding*, *smoothing*, dan *creambath*. Salon Mamik banyak dikunjungi oleh pelanggan setiap harinya karena Harga pelanggan dari salon tersebut sangat baik. Layanan yang diberikan salon Mamik kepada pelanggan cukup memuaskan. Karyawan dari salon Mamik juga berpenampilan menarik dan rapi, sikap mereka kepada pelanggan yang datang juga sopan dan ramah. Ketiga aspek itu yang membuat pelanggan yang sebagian besar warga desa Gambirono tidak ragu untuk datang ke salon tersebut untuk membeli atau menggunakan jasa yang disediakan oleh salon tersebut.

Persaingan jasa salon di desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari ini cenderung cukup ketat, karena di desa Gambirono terdapat 2 salon pesaing salon Mamik yaitu salon Natasha dan salon Pinkan. Dengan memperbandingkan banyak pelanggan yang datang dan sudah menjadi pelanggan tetap, penulis mengambil inisiatif untuk meneliti salon Mamik yang lebih banyak didatangi pelanggan dari pada salon Natasha dan salon Pinkan tersebut. Beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap ramainya salon Mamik yaitu meliputi harga dan pelayanan. Berikut ini adalah perbandingan harga dan fasilitas yang ada guna untuk memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1: Perbandingan harga jasa Salon Mamik, Natasha, Pinkan Tahun (2017)**

No	Nama Salon	Jenis Jasa	Harga	Fasilitas
1	Mamik	Potong Rambut Dewasa	Rp. 10.000,-	AC, Ruang Tunggu, WIFI, Majalah
		Potong Rambut Anak-Anak	Rp. 7.000,-	
		<i>Rebonding</i>	Rp. 150.000,-	
		<i>Smoothing</i>	Rp. 250.000,-	
		<i>Creambath</i>	Rp. 30.000,-	
2	Natasha	Potong Rambut Dewasa	Rp. 10.000,-	Ruang Tunggu, Majalah, WIFI
		Potong Rambut Anak-Anak	Rp. 7.000,-	
		<i>Rebonding</i>	Rp. 175.000,-	
		<i>Smoothing</i>	Rp. 300.000,-	
		<i>Creambath</i>	Rp. 35.000,-	
3	Pinkan	Potong Rambut Dewasa	Rp. 10.000,-	Ruang Tunggu dan Majalah
		Potong Rambut Anak-Anak	Rp. 7.000,-	
		<i>Rebonding</i>	Rp. 170.000,-	
		<i>Smoothing</i>	Rp. 275.000,-	
		<i>Creambath</i>	Rp. 35.000,-	

**Sumber: Pra Penelitian**

Berdasarkan tabel pra penelitian dapat dilihat perbedaan harga jasa pada item layanan *rebonding*, *smoothing*, dan *creambath* dari ke tiga salon yaitu Mamik, Natasha, dan Pinkan. Dari pra penelitian ini juga didapatkan bahwa keunggulan Salon Mamik pada fasilitas yang lebih lengkap dari pada salon Natasha, dan Pinkan. Harga jasa dari Salon Mamik juga cenderung lebih murah dibanding dengan harga jasa dari Salon Natasha, dan Pinkan khususnya pada item layanan *rebonding*, *smoothing*, dan *creambath*. Pelayanan yang diberikan oleh Salon Mamik juga lebih baik daripada Salon Natasha, dan Pinkan karena di Salon Mamik fasilitas seperti ruang tunggu, majalah, AC, WIFI dan juga karyawan dari Salon Mamik yang lebih berpenampilan rapi dan ramah kepada konsumen. Pelayanan dari salon Mamik yang menjadi faktor besarnya pendapatan dari salon Mamik. Selama tahun 2017 pendapatan dari Salon Mamik mengalami kenaikan disetiap

bulannya. Aspek pelayanan yang dapat memuaskan konsumennya yang mempengaruhi besarnya pendapatan dari Salon Mamik.

Pendapatan dari Salon Mamik setiap bulan selama tahun 2017 dijelaskan pada tabel 1.2:

**Tabel 1.2: Daftar pendapatan bersih per bulan salon Mamik tahun (2017)**

No	Bulan	Jenis Jasa	Total pendapatan
1	Januari	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 7.200.000,-
2	Februari	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 7.800.000,-
3	Maret	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 9.550.000,-
4	April	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 10.150.000,-
5	Mei	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 10.250.000,-
6	Juni	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 10.900.000,-
7	Juli	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 11.500.000,-
8	Agustus	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 11.850.000,-
9	Septembe r	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 12.100.000,-
10	Oktober	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 12.650.000,-
11	November	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 12.900.000,-
12	Desember	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 13.850.000,-
13	<b>Total</b>		<b>Rp. 130.700.000,-</b>

Sumber: Salon Mamik (2017)

Tabel 1.2 menjelaskan pendapatan dari salon Mamik mampu mencapai 130.700.000 rupiah dari semua jenis jasa yang disediakan. Pendapatan dari setiap bualnnya selama tahun 2017 yang secara terus menerus meningkat setiap bulan adalah hal yang positif bagi salon Mamik.

Harga dan Kualitas Layanan yang menjadi penyebab dari meningkatnya pendapatan salon Mamik. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian di Salon Mamik menarik untuk diteliti lebih lanjut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Mengacu pada uraian di atas yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan menggunakan jasa Salon Mamik Desa Gambirano ?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan menggunakan jasa Salon Mamik Desa Gambirano ?
3. Apakah Harga dan Kualitas Layanan berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan menggunakan jasa Salon Mamik Desa Gambirano ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji Harga berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan menggunakan jasa Salon Mamik Desa Gambirano.
2. Untuk menguji Kualitas Layanan berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan menggunakan jasa Salon Mamik Desa Gambirano.
3. Untuk menguji Harga dan Kualitas Layanan berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan menggunakan jasa Salon Mamik Desa Gambirano.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Segala hal yang diteliti oleh peneliti selalu terdapat manfaat yang diharapkan oleh peneliti kepada pengusaha, universitas, maupun pihak-pihak lain yang terkait, yaitu:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran.

2. Bagi keputusan menggunakan jasa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi tentang pengaruh persepsi konsumen mengenai harga dan kualitas layanan terhadap Keputusan menggunakan jasa.

3. Bagi Universitas

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan tambahan wacana ilmiah bagi Universitas Muhammadiyah Jember sebagai bahan acuan dan atau pertimbangan dalam penulisan karya ilmiah.

4. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi terhadap kalangan akademis yang akan melakukan penelitian ini, serta menambah pengalaman, wawasan dan mengaplikasikan pengetahuan teori yang diperoleh selama study di Jurusan Manajemen (Pemasaran) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.