

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya kebutuhan masyarakat pada sektor makanan, pakaian, transportasi dan lainnya. Salah satu bisnis yang mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah bisnis jasa. Bisnis jasa adalah suatu bisnis yang memberikan pelayanan langsung kepada pelanggan dalam berbagai bentuk pelayanan yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Salah satu bentuk bisnis jasa adalah bisnis *barbershop*. Berdasarkan data asosiasi *barbershop* Indonesia, sekarang ini terdapat sekitar 5000 *barbershop* dengan pertumbuhan yang terus meningkat (cnbcindonesia, 2019).

Bisnis jasa *barbershop* saat ini banyak didirikan. *Barbershop* baru banyak hadir dengan konsep yang modern. Ini menunjukkan adanya potensi dan kemajuan dalam bidang *barbershop*. Meningkatnya persaingan antar *barbershop* menyebabkan masing - masing *barbershop* berusaha memberikan harga dan kualitas pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang baik serta keramah tamahan sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan pelanggan.

Melihat situasi tersebut, pengusaha *barbershop* semakin dituntut untuk mengadopsi strategi yang tepat. Keberhasilan suatu badan usaha bergantung pada ide, peluang dan pebisnis. Para pelaku bisnis harus mampu menciptakan ide-ide baru agar dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Selain itu, para pebisnis juga harus bisa melihat peluang bisnis yang berkembang.

Barbershop menjadi bisnis yang berkembang pesat, dan penggunaan minyak rambut *pomade* telah mengembalikan momentum tren gaya rambut yang lebih klasik. Bisnis *barbershop* hadir tidak hanya di kota-kota besar namun juga di daerah-daerah kecil, tersebar merata di beberapa provinsi karena gaya potongan rambut yang memang unik dan menarik. Dengan adanya perubahan gaya hidup pria inilah yang mendorong masyarakat untuk membuka *barbershop* khusus pria dengan pelayanan yang ramah dan suasana yang tenang untuk pelanggan pria yang ingin memangkas rambutnya dengan berbagai macam pilihan model rambut tren sekarang.

Salah satu *barbershop* yang ada di Kota Padang adalah *T Barbershop*. Filosofi pengembangan bisnis *T Barbershop* adalah memaksimalkan layanan terbaik dengan menyediakan penata rambut yang terampil, tempat yang nyaman, lokasi yang mudah dijangkau, dan persepsi harga yang terjangkau. *T Barbershop* memiliki keberanian untuk menunjukkan keunggulan yang unik dan khas sehingga berpeluang memenangkan persaingan..

Adanya kepuasan pelanggan menjadikan *barbershop* dan pangkas rambut konvensional sebagai kompetitor berjuang untuk memenangkan persaingan dalam jasa tata rambut, sedangkan *T Barbershop* juga berusaha untuk meningkatkan

kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting untuk kelangsungan hidup dan perkembangan suatu perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami pentingnya kepuasan pelanggan dan telah menerapkan strategi untuk memuaskan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Untuk dapat mempertahankan eksistensi dan kredibilitas T Barbershop dimata para pelanggan, T Barbershop dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik dengan terus melakukan evaluasi terhadap layanan yang dimiliki. Berdasarkan observasi dan wawancara yang penulis lakukan, masih terdapat kekurangan di T Barbershop, diantaranya : pelanggan mengatakan bahwa waktu proses pengerjaan yang diberikan T Barbershop terbilang lama, ekspektasi hasil potong rambut dari saran *barberman* tidak sesuai dengan apa yang dikatakan ketika sebelum melakukan kegiatan potong rambut, dan keterbatasan fasilitas yang ditawarkan. Hal lain selain hasil potong rambut yang tidak memuaskan pelanggan adalah *massage* atau pijatan di area kepala pelanggan dinilai tidak terasa dan tidak memberi efek rileksasi. Kondisi ini perlu diperbaiki dengan memberikan solusi yang tepat dari proses bisnis internal maupun eksternal secara menyeluruh. Sehingga, dari permasalahan tersebut, perlu dilakukan proses bisnis yang bersifat menyeluruh dan berkelanjutan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu terletak pada atmosfer toko yang nyaman, kualitas pelayanan yang maksimal serta harga yang

dapat dijangkau semua kalangan berdampak baik di mata pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:65) *Store Atmosphere* adalah suasana (*atmosphere*) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah, dan suram. Suatu toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sarannya dan dapat menarik pelanggan untuk membeli di toko tersebut. Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Store Atmosphere* adalah suatu karakteristik fisik yang penting bagi setiap bisnis, hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman untuk pelanggan dan membuat pelanggan ingin berlama-lama berada di dalam Perusahaan dan secara tidak langsung merangsang pelanggan untuk melakukan pembelian.

Variabel berikutnya yang juga sangat berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah harga, karena harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk/jasa. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi pusat perhatian pelanggan saat mereka mencari suatu produk/jasa. Harga yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau bisnis menjadi bahan pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan suatu jasa.

Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan setelah menggunakan layanan jasa yang telah disediakan oleh para penyedia bisnis. Pelayanan yang berkualitas yang diberikan dengan baik akan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dengan diberikannya pelayanan yang baik, maka pelanggan

akan merasa di hargai keberadaanya. Hal ini akan membuat pelanggan merasa puas dan kepuasan tersebut membuat pelanggan berinisiatif untuk datang kembali.

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Apabila pelanggan merasa puas, mereka akan membeli ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengarkan suara pelanggan, dengan berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan pelanggan dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feed back*). Kualitas pelayanan yang baik, penciptaan *store atmosphere* yang nyaman dan harga yang terjangkau akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa yang telah diberikan oleh T *Barbershop*.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas dan dengan melihat pentingnya pengaruh *store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan bagi pelanggan semakin meningkatnya kebutuhan, maka dituntut pelayanan dari sektor jasa dimana dalam perkembangannya menjurus dalam industri jasa untuk mendukung kelangsungan usaha mereka, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada T Barbershop Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, masalah pokoknya yaitu pengaruh *store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat dirumuskan menjadi beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *store atmosphere* mempengaruhi kepuasan pelanggan pada T Barbershop Padang ?
2. Apakah harga mempengaruhi kepuasan pelanggan pada T Barbershop Padang ?
3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada T Barbershop Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh *store atmosphere* pada kepuasan pelanggan pada T Barbershop Padang.
2. Menguji pengaruh harga pada kepuasan pelanggan pada T Barbershop Padang.
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan pada T Barbershop Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh *store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan khususnya pengguna jasa T Babershop Padang
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman atau tambahan bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik, sehingga dapat membantu para pemasar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan oleh pemasar dalam mengambil keputusan strategi pemasaran yang cocok dengan kondisi pasar yang ada sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan agar tetap menggunakan jasa yang ditawarkan oleh penjual.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menghindari kerancuan serta perluasan pembahasan, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian. Ruang lingkup penelitian ini adalah membahas tentang *store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada T Babershop Padang. Disini peneliti mengambil beberapa sampel dari pengguna jasa T Babershop.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika diperlukan pada bagian ini guna untuk menjelaskan rencana keseluruhan isi skripsi yang akan dibuat. Maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap - tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan gambaran umum tentang penulisan skripsi, didalam bab pendahuluan terbagi pula ada latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini dijelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan metode metode pengambilan sampel, kuisioner, analisis data yang akan digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan analisis penelitian yang diteliti oleh penulis, memaparkan, dan menjelaskan hasil dari penelitian

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, dan ada kritikan dan saran-saran.

