

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha yang bertambah pesat seiring dengan perkembangan teknologi telah membawa pengaruh besar terhadap perkembangan ekonomi Indonesia. Hal ini terlihat dengan adanya persaingan yang ketat dalam dunia usaha baik perdagangan maupun industri jasa serta adanya peningkatan tuntutan konsumen bukan hanya sebatas jasa atau barang yang dikonsumsi tetapi juga peningkatan mutu pelayanan akan jasa tersebut. Persaingan yang semakin ketat ini mengharuskan perusahaan untuk mengelola semua sumber daya yang ada secara optimal untuk dapat bertahan di dunia usaha yang mengalami perubahan dengan cepat.

Pada era saat ini meningkatnya intensitas persaingan di dunia salon kecantikan telah menuntut pemilik salon untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh salon pesaing. Adanya persaingan yang semakin ketat ini telah mengakibatkan salon kecantikan harus menetapkan strategi untuk memenangkan persaingan, atau paling tidak dapat bertahan, maka salon membutuhkan antisipasi yang tepat guna untuk memenangkan persaingan tersebut. Untuk itu, pihak manajemen harus melakukan berbagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut.

F & D salon dan spa didirikan pertengahan tahun 2013 beralamat di Jalan Gajah Raya No 11 Kecamatan Gayamsari Kota Semarang dimana pada saat didirikan kondisi perekonomian masyarakat sedang kuat seiring dengan menjamurnya bisnis jasa salon di lingkungan sekitar. Oleh karena itu F & D salon dan spa tidak hanya memenuhi kebutuhan

rambut pelanggan seperti potong rambut, *creambath*, *hair mask*, *hair styling*, *smoothing*, keriting, perawatan rambut rusak, dan lain-lain. Namun, F & D salon dan spa juga memenuhi kebutuhan perawatan tubuh pelanggan seperti lulur badan, *scrubing*, *facial*, *ear candle*, totok wajah, refleksi, dan lain-lain sebagai pemenuhan kebutuhan perawatan dan *treatment* tubuh pelanggan.

Melihat banyaknya salon-salon yang ada di Semarang saat ini, ditengah tingginya tingkat persaingan antar salon, mengharuskan salon dan spa F & D membenahi aspek pemasarannya agar salon dan spa F & D mampu bersaing dengan salon dan spa yang lain. Terdapatnya keluhan-keluhan dari pelanggan sangat perlu dipertimbangkan untuk dapat menjaga eksistensi usaha jasa salon ini. Berdasarkan data yang disimpan oleh perusahaan jasa salon F & D ini, diketahui terdapat beberapa keluhan yang telah diterima sebagai berikut:

Tabel 1.1
Keluhan Pelanggan

No	Tanggal	Nama	Saran dan Kritik
1.	20/08/2014	Ines Pratiwi	Kondisi rambut menjadi kering setelah mendapatkan perawatan di salon F & D
2.	26/08/2014	Meilani	<i>Massage</i> yang diberikan seharusnya memiliki durasi waktu yang lebih lama, agar saya tidak merasa rugi, antara jasa dan harga yang harus saya bayar seimbang
3	27/08/2014	Marta	Suasana salon yang sedikit kurang nyaman ketika kondisi salon ramai
4	04/09/2014	Ririn	Kondisi hasil akhir warna rambut kurang sesuai dengan harapan

Adanya keluhan pelanggan tersebut, dapat dijadikan indikasi ketidakpuasan pelanggan atas kinerja pelayanan yang diberikan oleh salon dan spa F & D. Apabila hal ini dibiarkan, maka akan berdampak pada penurunan kepuasan pelanggan dan menimbulkan

ketidakpuasan pelanggan, sehingga akan berdampak pada mudahnya pelanggan untuk pindah ke salon dan spa lainnya.

Pentingnya faktor pelayanan memang sudah tidak dapat ditolak oleh salon dan spa, karena bisnis salon dan spa sebenarnya merupakan bisnis layanan (*service*). Faktor-faktor seperti fasilitas yang lebih baik dan canggih sebenarnya hanya sarana yang akan meningkatkan pelayanan kepada pelanggannya. Dengan pentingnya posisi pelayanan kepada pelanggan, maka salon dan spa dituntut untuk setiap saat mengetahui apa yang dirasakan oleh pelanggannya, dan bagaimana sebenarnya perlakuan karyawan terhadap pelanggannya.

Timbulnya perasaan ketidakpuasan yang dimiliki oleh pelanggan akan mempengaruhi perlakuannya. Pelayanan dan informasi yang diterima oleh pelanggan dari salon dan spa, yang paling berpengaruh adalah pelayanan langsung yang diterima oleh pelanggan sewaktu mereka menerima layanan dari karyawan. Oleh karena itu, hal ini harus terus-menerus dipantau, karena seringkali pihak manajemen salon dan spa sudah mengkonsepkan satuan standar pelayanan yang harus diberikan kepada pelanggan, akan tetapi ternyata konsep ini tidak dijalankan dengan baik oleh karyawan yang berhubungan dengan pelanggan, sehingga yang diterima oleh pelanggan tetap tidak memenuhi standar. Akibat adanya kepuasan yang tidak memenuhi standar tersebut, akan berdampak pada kepuasan pelanggan di salon ini.

Begitu pentingnya perusahaan untuk membangun kepuasan pelanggan, maka pengelola salon harus memperbaiki manajemen yang ada di salon ini. Karena semua perusahaan yang menggelut dibidang jasa mempunyai tujuan untuk mempertahankan kepuasan dengan pemberian layanan jasa yang memuaskan, maka kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan demi mempertahankan keberlangsungan usaha salon tersebut.

Sehubungan dengan hal di atas, maka setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis jasa dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini sependapat dengan Kotler (2008: 41) yang menyatakan bahwa kualitas jasa akan terlihat dari kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pemikiran tersebut, dalam rangka peningkatan kualitas jasa salon dan spa diharapkan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan dapat mempromosikan jasa salon dan spa F & D ini kepada masyarakat disekitarnya dan dapat menarik minat masyarakat lainnya, sehingga masyarakat resmi menjadi pelanggan salon dan spa F & D. Untuk itu manajemen perlu melakukan tindakan yang positif terkait respon yang diberikan oleh pelanggannya.

Terkait permasalahan yang telah dijabarkan diatas, judul penelitian yang dapat menjawab permasalahan tersebut adalah “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN (*TANGIBLE*, *EMPATHY*, *RELIABILITY*, *RESPONSIVENES*, DAN *ASSURANCE*) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN” (Studi pada Salon dan Spa F & D Jl.Gajah Raya No 11 Semarang).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pertanyaan penelitian adalah bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun pertanyaan lain dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh bukti wujud (*tangibles*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang?

- b. Bagaimana pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang?
- c. Bagaimana pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang?
- d. Bagaimana pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang?
- e. Bagaimana pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang?
- f. Bagaimana pengaruh bukti wujud, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dilakukan ini adalah:

- a. Untuk meneliti dan menganalisis pengaruhbukti wujud (*tangibles*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang.
- b. Untuk meneliti dan menganalisis pengaruhempati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang.
- c. Untuk meneliti dan menganalisis pengaruhkeandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang.
- d. Untuk meneliti dan menganalisis pengaruhdaya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang.
- e. Untuk meneliti dan menganalisis pengaruhjaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang.

- f. Untuk meneliti dan menganalisis pengaruh bukti wujud, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan salon dan spa F & D Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Disamping tujuan penelitian di atas, manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua) kelompok, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen bagi perusahaan yang berfokus pada bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Hasil studi ini, dapat digunakan oleh Salon dan Spa F & D sebagai referensi atau bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, khususnya yang berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

