

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat pada saat ini dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat terutama nilai-nilai yang dianut serta cara pandang mereka. Masyarakat akan lebih teliti dan kritis dalam menentukan segala sesuatu yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pada zaman modern saat ini para kalangan remaja sudah mulai memperhatikan penampilan mereka, tidak hanya *fashion* yang mereka kenakan akan tetapi juga dari perawatan wajah dan badan mereka, sehingga semakin banyak perusahaan yang menyediakan barang dan jasa.

Dapat dilihat pada saat ini banyak kalangan remaja yang pergi ke klinik kecantikan ataupun salon kecantikan untuk merawat badan dan wajahnya seperti melakukan *creambath*, *lulur*, *massage*, *manicure* dan *pedicure*, *facial*, *eyelash extention* dan lain sebagainya. Selain itu juga ditambah dengan gaya hidup masyarakat yang lebih konsumtif.

Hal ini meningkatkan peluang untuk mendirikan usaha tempat perawatan atau bisa disebut salon kecantikan yang menyediakan banyak layanan untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen. Terdapat berbagai macam perawatan yang ada di Indonesia dan semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman memberikan berbagai layanan baru untuk menarik pelanggan dan membuat para konsumen menjadi loyal.

Loyalitas konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting dalam dunia pemasaran, loyalitas itu tidak dapat dibeli menggunakan uang akan tetapi loyalitas

adalah sikap emosional yang muncul dari diri seseorang yang akan menumbuhkan sikap loyal oleh seorang pelanggan. Komitmen pelanggan bertahan untuk berlangganan kembali dan melakukan pembelian ulang secara konsisten (Sugianto dan Hartono, 2018). Suatu perusahaan juga dituntut agar mampu memupuk keunggulan kompetitifnya melalui berbagai upaya yang inovatif, kreatif, dan efisien sehingga menjadi suatu pilihan dari konsumen yang ada dan diharapkan pada akhirnya mereka loyal terhadap perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan juga dapat dijelaskan jika konsumen melakukan pembelian secara teratur (Jurnal Entrepreneur 2019). Suatu perusahaan memiliki konsumen yang loyal merupakan tujuan akhir dari semua perusahaan dan untuk mendapatkan konsumen yang loyal kebanyakan suatu perusahaan masih kurang faham apa yang harus dilakukannya. Kurangnya pengetahuan tentang service quality juga dapat membuat konsumen merasa pelayanan yang diberikan kurang baik sehingga para konsumen tidak memberikan kepercayaan kepada perusahaan tersebut, serta perusahaan yang kurang memperhatikan akan kepuasan konsumen atas apa yang mereka butuhkan tentunya akan sulit mendapatkan loyalitas konsumen. Semua hal tersebut adalah hal pendukung untuk terjadinya loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan.

Service Quality menjadi poin penting dalam usaha yang akan dijalankan. Penilaian terhadap service quality ditentukan oleh para konsumen yang menggunakan jasa salon kecantikan. Oleh karena itu service quality dapat diciptakan terlebih dahulu dengan mengidentifikasi harapan konsumen tentang pelayanan yang diinginkan dan dibutuhkan, dan selanjutnya disesuaikan dengan pelayanan yang telah diberikan oleh salon.

Service quality merupakan suatu totalitas fitur dan karakter dalam suatu produk atau pelayanan yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, Menurut Kotler dan Keller (2016;156). *Service Quality* memiliki empat karakteristik jasa, yaitu : Tidak berwujud (*Intangibility*), Bervariasi (*Variability*), Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*), Tidak dapat disimpan (*Perishability*). Menurut Kotler dan Keller (2016;442) *Service quality* memiliki lima dimensi, yaitu : *Reliability* (Kehandalan), *Tangibles* (Bukti fisik), *Responsiveness* (Kepekaan), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati). Konsep *service quality* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat terhadap loyalitas konsumen secara langsung. Layanan yang baik merupakan salah satu syarat dalam mencapai kesuksesan suatu perusahaan (Yuriansah, 2013:9). Ketika *service quality* baik dan unggul pastinya akan menumbuhkan rasa kepercayaan dari diri konsumen yang nantinya akan menjadikan konsumen tersebut loyal terhadap suatu perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumarwan, (2020) yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, *Kualitas Pelayanan*, dan *Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Pita 8 Outdoor Store Ponorogo)* “ bahwa *service quality* atau kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kepercayaan. Kepercayaan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen melalui kemampuan perusahaan dalam memberikan keyakinan kepada konsumen (Frooghi *et al.*, 2015). Kepercayaan mampu menumbuhkan relasi atau hubungan antara produk atau jasa dengan konsumen

sehingga akan mengurangi resiko dalam melakukan pembelian dan mendorong preferensinya terhadap produk atau jasa tersebut (Frida, 2014). Loyalitas konsumen akan terbangun ketika konsumen memiliki rasa kepercayaan terhadap perusahaan tersebut (Dwi Harumi, 2016). Kepercayaan konsumen yang teratur, termasuk untuk mempercayai seseorang akan menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen yang tinggi.

Kepercayaan konsumen dapat menjadi senjata yang ampuh dalam membina hubungan karena besarnya kepercayaan konsumen dari diri suatu perusahaan, yang dapat membuat perusahaan tersebut kuat dalam membina hubungan dengan konsumen (Jasfar, 2012). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, dkk 2013) bahwasanya hubungan kepercayaan dengan loyalitas konsumen yaitu, semakin besar kepercayaan dari konsumen terhadap suatu barang atau jasa maka akan semakin besar juga kesetiaan konsumennya. Komitmen pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa merupakan kepercayaan dalam menggunakan produk atau jasa yang meliputi rekomendasi dan kepercayaan.

Salon kecantikan RAF Beauty Art dalam melakukan *Service quality* selalu memberikan yang terbaik untuk konsumen agar para konsumen dapat memiliki rasa kepercayaan terhadap salon tersebut dan tentunya perusahaan berusaha untuk memenuhi harapan konsumen untuk menciptakan kepuasan konsumen dan kedepannya konsumen akan loyal.

Loyalitas konsumen dapat tercipta salah satunya dengan cara perusahaan meningkatkan kepuasan konsumen dengan strategi-strategi yang inovatif sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat terpenuhi. Kepuasan konsumen merupakan cerminan dari penilaian seseorang terhadap kinerja suatu produk yang

konsumen rasakan dalam kaitannya dengan harapan. Jika kinerja perusahaan tersebut jauh dengan apa yang menjadi harapan maka konsumen akan kecewa dan jika kinerja perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen akan merasa puas, dan jika melebihi harapan maka konsumen akan merasa senang. Kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan akan muncul ketika terdapat pengalaman bertransaksi dengan perusahaan sehingga menumbuhkan reaksi positif dari konsumen (Kurniasari dan Ernawati, 2012).

Terdapat banyak macam usaha pada bidang kecantikan salah satunya yaitu usaha salon kecantikan. Tempat yang saat ini banyak dikunjungi oleh para remaja hingga dewasa untuk mempercantik dan merawat diri serta tempat yang cocok untuk memanjakan diri disela-sela rutinitas setiap hari yang padat (Risma Fitriani, 2019). Usaha jasa persalonan ini dapat dijadikan bisnis jangka panjang, dikarenakan kesadaran terhadap sebuah penampilan sangat penting terutama bagi kaum hawa sebagai penunjang penampilan. Pada saat ini telah banyak bermunculan berbagai macam klinik atau salon yang menawarkan jasa perawatan kecantikan dari ujung kepala hingga ujung kaki. Banyak para remaja hingga dewasa pada saat ini sudah memasukkan kebutuhan baru sebagai kebutuhan dasar mereka, salah satu kebutuhan tersebut yaitu perawatan modis. Hal ini terbukti semakin banyak bermunculan sebagai jasa persalonan di Ponorogo yaitu Alisa Julian Salon, Mhomo Beauty Salon, dan salah satunya Salon RAF Beauty Art.

Berdasarkan observasi langsung ke salon dan wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa konsumen yang pernah melakukan pelayanan di salon tersebut dengan jumlah kurang lebih 10 orang. Salon RAF Beauty Art mempunyai karyawan yang ramah ketika memberikan pelayanan perawatan. Selalu adil dalam

memberikan pelayanan kepada konsumen. Memberikan kepastian biaya diawal sehingga konsumen tidak khawatir ketika akan membayar perawatan. Fasilitasnya cukup mendukung seperti AC dan Musik sehingga konsumen merasa nyaman ketika proses perawatan. Pada tahun 2022 di Ponorogo ini banyak orang yang melakukan kursus untuk perawatan modis dan mereka membuka usaha salon modis tersebut, sehingga banyak bermunculan salon-salon modis baru yang menjadi pesaing Salon RAF Beauty Art. Akan tetapi di Salon RAF Beauty Art tetap memiliki konsumen yang banyak diduga kesetiaan dari diri konsumen terhadap Salon RAF Beauty Art tersebut. Menurut beberapa konsumen saat diwawancarai, pelayanan yang ada pada Salon RAF Beauty Art bagus dan nyaman. Hasil perawatan juga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas. Berdirinya Salon RAF Beauty Art termasuk salah satu salon perawatan modis yang awal di Ponorogo sehingga para konsumen lebih memercayainya untuk melakukan pelayanan. Masalah tersebut mengakibatkan kesetiaan konsumen untuk tetap berlangganan di Salon RAF Beauty Art Ponorogo.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik unyuk mengambil judul **“PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SALON KECANTIKAN RAF BEAUTY ART PONOROGO”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada salon kecantikan RAF Beauty Art Ponorogo ?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada salon kecantikan RAF Beauty Art Ponorogo ?
3. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada salon kecantikan RAF Beauty Art Ponorogo ?
4. Apakah *Service Quality*, Kepercayaan, dan Kepuasan Konsumen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada salon kecantikan RAF Beauty Art Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas Konsumen pada salon kecantikan RAF Beauty Art Ponorogo
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen pada salon kecantikan RAF Beauty Art Ponorogo
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada salon kecantikan RAF Beauty Art Ponorogo

4. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality*, Kepercayaan, dan Kepuasan Konsumen secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada salon kecantikan RAF Beauty Art Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini harapannya dapat menambah bekal wawasan secara teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama dibangku kuliah dengan realita yang ada.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan tentang pentingnya *Service Quality*, Kepercayaan, dan Kepuasan konsumen yang berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen, sehingga mampu diterapkan dalam membuat atau menentukan strategi untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk menambah bahan bacaan perpustakaan dan sebagai informasi penelitian dengan pembahasan yang sama.

4. Bagi Penelitian Mendatang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.