

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin majunya zaman, perekonomian, dan teknologi membuat setiap individu maju dan membutuhkan perubahan, itu memberikan peluang bisnis bagi setiap perusahaan khususnya perusahaan jasa. Setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi pesaing bisnis yang semakin ketat dalam memasarkan produk/ jasanya, sehingga berkembang pula strategi yang harus dijalankan oleh perusahaan penyedia jasa tersebut khususnya di bidang pemasaran. Setiap perusahaan harus mampu berinovasi terhadap produk maupun jasanya agar mampu bertahan dari persaingan pasar dan mampu menarik perhatian dari calon konsumen akan produk/ jasa yang ditawarkan, namun hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang inovasi dan strategi, pelaku usaha harus jelas terlebih dahulu segmentasi dan target mana yang akan dituju.

Setiap perusahaan, khususnya perusahaan jasa dituntut untuk lebih berinovasi. Perusahaan juga diharapkan dapat memasarkan produk/ jasanya kepada calon konsumen dengan tujuan agar dapat dikenal oleh masyarakat, menciptakan konsumen dan mempertahankan pelanggan. Kegiatan usaha tidak hanya berkembang di daerah perkotaan tetapi sudah berkembang di daerah pedesaan, tidak terkecuali usaha jasa yang menyangkut perawatan tubuh. Hal ini terjadi karena keinginan seseorang

untuk melakukan perawatan tubuh tidak terbatas pada masyarakat perkotaan saja. Akan tetapi, seiring laju perkembangan jaman kaum wanita pedesaan pun dituntut untuk tampil lebih sempurna.

Perusahaan jasa adalah perusahaan yang didirikan seseorang atau kelompok yang mempunyai kegiatan utama memberikan pelayanan, kemudahan, dan kenyamanan kepada masyarakat untuk memperlancar aktivitas produksi maupun konsumsi. Jasa yang dihasilkan bersifat abstrak tapi bisa dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Kelebihan perusahaan jasa: tidak perlu tempat untuk memajang barang, tidak dibutuhkan tempat untuk menyimpan barang (gudang). Salah satu contoh perusahaan jasa yang bergerak di bidang jasa adalah usaha salon kecantikan, salon kecantikan adalah sebuah usaha jasa yang menawarkan pelayanan perawatan tubuh/ wajah (kecantikan).

Bila kita perhatikan saat-saat ini usaha salon kecantikan dapat kita lihat terjadi perkembangan yang cukup signifikan, hal ini terjadi karena adanya perkembangan perekonomian tiap individu yang semakin membaik. Membaiknya perekonomian tiap individu mendorong seseorang (terutama kaum wanita) untuk mengalokasikan anggaran belanja atau pendapatannya, sebagian digunakan untuk melakukan perawatan tubuh/ wajah di pusat perawatan tubuh/ wajah (salon). Berbagai cara dilakukan wanita untuk memelihara kecantikannya salah satunya pergi ke salon, karena di tempat tersebut wanita mendapat pelayanan perawatan wajah, perawatan rambut, dan berbagai jenis perawatan lainnya. Dengan

demikian, salon sudah menjadi kebutuhan khusus bagi wanita. Cantik memang dambaan bagi setiap insan wanita, namun jika ditelaah dengan pikiran terbuka, kecantikan memiliki makna yang begitu luas.

Kecantikan tidak terpaku pada dimensi visual yang dapat dilihat oleh mata, namun rasa percaya diri, kepribadian yang menarik juga bisa membuat seorang wanita terlihat cantik dan menarik. Kecantikan juga bisa dilihat dari aura yang terpancar dari karakter, perilaku, dan juga pengetahuan.

Merawat tubuh dalam mempercantik diri sudah menjadi prioritas utama bagi para wanita di masa kini. Bicara tentang perawatan tubuh seperti perawatan rambut dan perawatan wajah tentunya akan erat kaitannya dengan kecantikan, usaha salon kecantikan disaat saat ini akan mendapatkan peluang pasar yang besar, itu terjadi karena seiring majunya perkembangan jaman kaum wanita dituntut untuk selalu tampil cantik, pun demikian kesibukan tiap-tiap individu membuat mereka tidak punya waktu dan ketrampilan khusus untuk merawat diri. Mereka inilah yang berpotensi menjadi pasar bagi para pengusaha salon kecantikan, sehingga usaha salon kecantikan dapat terus berkembang dari waktu ke waktu.

Salon yang baik harus memperhatikan pelayanan, fasilitas yang memadai serta memperhatikan lokasi usaha ataupun aspek *marketing mix* 4P yakni produk, harga, lokasi dan promosi, namun dalam pemasaran jasa ada penambahan unsur yakni orang, proses, dan juga bukti fisik. Masing - masing dari bauran pemasaran tersebut saling berhubungan, sehingga

salon tersebut memiliki keunggulan dibandingkan dengan para pesaing. Persaingan yang cukup ketat memberikan pekerjaan yang tidak mudah bagi para pelaku usaha agar dapat merebut pangsa pasar dari masa ke masa. Berbagai macam cara strategi dilakukan agar sebuah perusahaan mampu mendapat tempat dihati para calon konsumen, salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan di bidang jasa adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya secara konsisten dan harus mampu memenuhi keinginan konsumen. Bila kualitas pelayanan tidak sesuai dari pada yang diharapkan konsumen, maka bisa dipastikan konsumen akan tidak tertarik, akan tetapi apabila konsumen merasakan hal yang sebaliknya dari pelayanan dan mutu yang diberikan, maka kemungkinan besar para konsumen akan merasa puas dan dipastikan akan menggunakan jasa itu kembali.

Dalam segala macam usaha sebuah harga pasti ada. Penetapan sebuah harga harus sangat dipelajari dengan baik, tidak boleh dengan asal dalam menciptakan harga. Persepsi sebuah harga bisa berbeda-beda, ini tergantung oleh siapa yang melihatnya. Dalam dunia usaha jasa khususnya salon harga bisa bervariasi, harga bisa mahal jika dirasa hasil tidak sesuai harapan, namun harga bisa terlihat murah jika dirasa layanan yang diberikan dan juga hasil yang diperoleh konsumen dari penyedia salon memuaskan atau sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen, maka dari itu sebuah harga dapat mempengaruhi dan juga tidak mempengaruhi minat beli konsumen.

Sebuah usaha jasa perawatan kecantikan/ salon harus sangat memperhatikan lokasi usaha. Lokasi sebisa mungkin harus berada di tempat strategis yang ramai dekat dengan jalan raya dan mudah dijangkau, hal itu bertujuan agar calon konsumen atau orang yang berlalu-lalang disekitar jalan tersebut dengan mudah melihat keberadaan salon, jika lingkungan salon tersebut terlihat nyaman, aman, dan bersih kemungkinan besar dapat menarik calon konsumen untuk melakukan perawatan kecantikan di salon Queen tersebut, oleh karena itu lokasi dapat berpengaruh terhadap keberhasilan sebuah usaha.

Bagi para pelaku usaha yang tidak mampu berinovasi, maka dengan sendirinya usaha tersebut tidak akan mampu mengikuti persaingan yang ada. Persaingan yang ketat mendorong para pelaku usaha dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pengadaan suatu produk yang bisa memenuhi keinginan pasar, harga sesuai dengan hasil yang didapatkan, promosi yang dapat menarik konsumen, dan pemilihan lokasi usaha yang strategis harus dilaksanakan oleh setiap unit usaha, agar lebih menarik perhatian konsumen yang semakin pintar.

Salon Queen yang beralamat di jalan Gajah Mada Ponorogo adalah salah satu usaha jasa salon yang telah dikenal oleh masyarakat, khususnya masyarakat Ponorogo hingga saat ini. Salon Queen menawarkan berbagai macam perawatan diantaranya perawatan wajah (*facial*), perawatan rambut (*potong rambut, creambath, rebonding, coloring, smotting, curly, dll*), dan berbagai jenis perawatan lainnya.

Salon Queen sebagai tempat penyedia jasa tidak terlepas dari yang namanya pesaing. Saat ini banyak tempat perawatan kecantikan yang muncul seperti Natasha, Larisa, Kanaya yang mungkin mempunyai manajemen pemasaran yang lebih modern dari pada Salon Queen, akan tetapi Salon Queen dapat bertahan hingga sekarang dengan persaingan yang semakin ketat.

Sejauh ini salon Queen sudah menerapkan berbagai macam strategi pemasaran, antara lain strategi pemasaran produk, harga, tempat, dan promosi. Dengan adanya strategi-strategi tersebut diharapkan dapat menjadi langkah jitu salon Queen dalam menghadapi persaingan untuk menarik minat konsumen yang tinggi untuk memaksimalkan keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI, TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH SALON QUENN".

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih salon Queen?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih salon Queen?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih salon Queen?

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini hanya berfokus pada faktor pelayanan, harga, dan lokasi terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam memilih salon Queen sebagai tempat perawatan kecantikan. Obyek penelitian yaitu konsumen salon Queen.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan dan batasan masalah yang dipaparkan diatas maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih salon Queen.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih salon Queen.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih salon Queen.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat atau berguna bagi semua. Manfaat yang diperoleh antara lain:

1. Bagi penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambahkan pengetahuan juga sebagai pelengkap atau sarana untuk menerapkan teori-teori yang dipaparkan selama dibangku kuliah.

2. Bagi Universitas

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi mahasiswa yang akan mengambil permasalahan yang serupa.

3. Bagi Pihak Lain

a. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dalam mengembangkan dan menyusun strategi yang berhubungan dengan kualitas layanan, harga, dan lokasi guna menghadapi persaingan yang semakin ketat.

b. Bagi Penelitian Lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.