

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman di era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya bagi kaum wanita. Kecantikan merupakan harta yang sangat berharga, sehingga harus senantiasa dijaga dan dirawat. Saat ini kebutuhan akan perawatan tersebut semakin berkembang sebagai kebutuhan sehari-hari, sehingga banyak perusahaan yang menawarkan jasa perawatan kecantikan seperti “Anny Salon & Spa”.

“Anny Salon & Spa” adalah sebuah salon khusus wanita yang menawarkan berbagai macam rangkaian perawatan, mulai dari rambut, wajah serta tubuh, yang telah berdiri sejak tahun 2004, dan memiliki sekitar 6-10 pegawai disetiap cabangnya, yaitu di jl Ir Juanda, Sumoroto dan juga Jambon. tidak lama setelah “Anny Salon & Spa” berdiri, mulai muncul salon yang mengusung konsep nyaris sama dengannya. Persaingan bisnis yang begitu ketat menyebabkan perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang ingin menjaga kelangsungan usahanya. pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas kesetiaan mereka pada produk atau jasa buatan produsen yang sama. Seperti

yang dikembangkan oleh Kotler (2011) bahwa loyalitas tinggi adalah pelanggan yang melakukan pembelian dengan persentasi makin meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain.

Loyalitas pelanggan dapat tercermin dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara terus-menerus dengan berulang-ulang. Pelanggan yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu merk barang atau jasa maka tidak akan lagi mempertimbangkan untuk memilih produk atau jasa lain yang disukainya.

Loyalitas pelanggan sangatlah mempengaruhi kemajuan usaha sebuah perusahaan, karena biaya yang dibutuhkan untuk menarik satu orang pelanggan jauh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan satu orang pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, harus tetap menjaga dan mempertahankan para pelanggannya dengan cara meningkatkan loyalitas dan juga menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Penerapan strategi yang dilakukan oleh jasa salon kecantikan banyak sekali, di antaranya adalah strategi harga, strategi pelayanan dan strategi lokasi. Dari beberapa cara tersebut yang pertama adalah dengan memberikan harga yang tepat. Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk barang maupun jasa yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2011 : 53) harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk tertentu. Harga yang ditawarkan “Anny Salon & Spa” dapat dijangkau oleh semua

kalangan, tetapi terdapat beberapa perawatan yang dirasa peneliti masih cukup mahal.

Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat dan kualitas produk (Martono, 2014 : 688). Sehingga pelanggan mendapatkan keseimbangan antara biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang diberikan pihak salon kepada pelanggan. Oleh karena itu dengan rasa senang dan puas, pelanggan akan memenuhi kewajiban membayar biaya yang menjadi beban selama melakukan perawatan disalon tersebut.

Faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah pelayanan pelanggan (*customer servis*) yang baik. Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain Kualitas pelayanan merupakan ukuran selisih antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Oleh karena itu pelayanan disesuaikan dengan lingkungan yang dapat menilai kualitas pelayanan suatu perusahaan kepada

pelanggan, karena pelanggan merasakan langsung bagaimana pelayanan yang diberikan.

Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama (Aryani dan Rosinta, 2010 : 115). Sayangnya menurut peneliti kinerja karyawan “Anny Salon & Spa” masih kurang baik. Kurang ramahnya receptionist dalam melayani konsumen membuat kurang nyaman berkomunikasi dengan receptionist dan karyawan suka mengobrol dengan karyawan lain saat melayani konsumen, sehingga membuat konsumen merasa risih. Selain itu, pijatan yang diberikan kurang lama dan banyak konsumen yang kecewa, bahkan pada hari-hari tertentu “Anny Salon & Spa” sangat ramai dan penuh, sehingga pengunjung harus mengantri cukup lama dan bahkan beberapa konsumen memutuskan untuk pindah ke salon lain.

Hal berikutnya yang menjadi pertimbangan pelanggan dan sangat diperhatikan adalah tentang lokasi perusahaan “Anny Salon & Spa” yang berada ditempat yang strategis dan mudah dijangkau dari segala arah. Hal ini dapat membantu pelanggan untuk melakukan perawatan tersebut. Kemudahan dalam jangkauan dan menemukan keberadaannya juga menjadi salah satu pilihan yang sangat baik bagi pelanggan. Selain ketiga faktor tersebut, hal lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan ialah faktor promosi. Dengan promosi yang baik dapat menarik pelanggan untuk tetap loyal terhadap salon tersebut, akan tetapi pihak salon dalam menentukan

strategi tidak menekankan pada promosi, mereka lebih mengedepankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Sehingga dalam masalah ini peneliti hanya membahas faktor harga, pelayanan dan lokasi.

Loyalitas pelanggan pada suatu produk di dasarkan pada berbagai pertimbangan yang melandasinya. Oleh karena itu tidak serta merta pelanggan menjadi loyal secara tiba-tiba tanpa adanya pemikiran yang matang, yang meliputi seberapa penting barang yang akan dibeli tersebut apakah mampu memberikan manfaat, kemudian harganya bagaimana, bagaimana pelayanan yang diberikan dan lain sebagainya. Dengan berbagai pertimbangan tersebut maka loyalitas pelanggan akan dianggap selaras dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kemampuannya.

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA ANNY SALON & SPA JL. RAYA PONOROGO-PACITAN, BALONG PONOROGO).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang muncul dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh harga, pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan “Anny Salon & Spa”?
2. Berdasarkan ketiga variabel tersebut, variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan “Anny Salon & Spa”?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bahwa penelitian ini dilakukan hanya membahas tentang pengaruh harga, pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan “Anny Salon & Spa”.
2. Penelitian ini akan dilaksanakan pada 15 Juni sampai dengan 16 Juli 2016.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga, pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan “Anny Salon & Spa”.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan “Anny Salon & Spa”.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang saya lakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan dan sebagai perbendaharaan literature terutama dalam pembahasan tentang harga, pelayanan, lokasi dan loyalitas pelanggan sebagai bentuk studi kasus pada “Anny Salon & Spa”.

2. Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi kemajuan dan koreksi terhadap upaya pemasaran produk jasa pelayanan salon dan sebagai acuan bagi peneliti yang akan datang khususnya yang mempunyai pembahasan sama.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai sarana untuk menambah pengetahuan yang diperoleh diperguruan tinggi, untuk melengkapi tugas-tugas dan syarat mencapai gelar sarjana ekonomi, dan memperluas wawasan pemikiran.

4. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi salon dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.