

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Era perkembangan zaman saat ini terjadi begitu cepat. Kemajuan di beberapa bidang seperti perekonomian dan teknologi dapat memberikan peluang bisnis bagi perusahaan-perusahaan tidak terkecuali pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perusahaan jasa saat ini dituntut untuk terus berinovasi agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam memasarkan jasa yang ditawarkan. Perusahaan jasa harus memperhatikan strategi yang dapat menarik konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

Setiap perusahaan jasa harus senantiasa tetap berinovasi dan menciptakan hal-hal baru agar senantiasa dapat bersaing dengan produk-produk jasa yang serupa. Perusahaan juga diharapkan dapat memasarkan produk jasanya kepada konsumen serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan sangat berarti bagi kelangsungan sebuah usaha. Memiliki pelanggan yang setia dan loyal dapat memberikan banyak keuntungan. Pelanggan yang memiliki loyalitas biasanya akan melakukan pembelian ulang produk atau jasa secara terus menerus dengan berulang-ulang dan kebal terhadap daya tarik pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang serupa.

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh

situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Oliver dalam Sangadji dan Sopiya, 2013:104). Oleh karena itu, menjaga dan mempertahankan pelanggan yang loyal dapat berpengaruh terhadap kemajuan usaha.

Pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal, melainkan juga pemasaran internal yang interaktif. Pemasaran eksternal menggambarkan pekerjaan biasa untuk menyiapkan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan jasa tersebut kepada konsumen. Pemasaran interaktif menggambarkan kemampuan karyawan dalam melayani klien. Klien menilai jasa bukan hanya berdasarkan mutu teknisnya, tetapi juga berdasarkan mutu fungsionalnya.

Perkembangan di industri pemasaran jasa tidak terbatas hanya di daerah perkotaan tetapi juga telah merambah ke daerah-daerah yang berada di pedesaan. Hal ini juga berlaku bagi perusahaan jasa dibidang perawatan rambut maupun perawatan tubuh seperti Yunisa Salon yang beralamat di kecamatan Balong, Ponorogo. Perawatan di salon dewasa ini bukanlah hal tabu untuk dilakukan baik pada wanita maupun pria. Berbagai cara dilakukan individu (terutama kaum wanita) untuk mempertahankan dan merawat kecantikannya salah satunya dengan pergi ke salon. Tidak terbatas pada perawatan rambut, kini salon juga telah menyediakan perawatan wajah dan anggota tubuh lainnya. Berikut ini adalah daftar beberapa nama salon yang tersebar di beberapa wilayah pada kabupaten Ponorogo:

Tabel 1.1

Daftar Beberapa Salon Kecantikan Rambut dan Wajah  
di Kabupaten Ponorogo

No.	Nama Salon	Alamat
1.	Ida Salon	Jl. Ir. Juanda, No.88, Tonatan, Ponorogo
2.	Felin Salon	Jl. M. Thamrin, No.99. Bangunsari, Ponorogo
3.	Nina Salon	Jl. Kumbokarno, No.58, Purbosuman
4.	Zeeba Salon	Bangunsari, Ponorogo
5.	Win Salon	Jl. Ahmad Yani, Sinduro, Ponorogo
6.	Intan Salon	Jl. Ahmad Yuni, Sinduro
7.	Diva Salon	Jl. Imam Bonjol, Bungkal, Ponorogo
8.	Lia Salon	Jl. Tanjung, Ronosentanan, Ponorogo
9.	Panda Salon	Mlarak, Ponorogo
10.	Ken Ayu Salon	Balong, Ponorogo

Sumber: Data Primer, 2018

Di zaman sekarang wanita juga memiliki mobilitas yang tinggi terutama untuk wanita yang sibuk bekerja dan tidak memiliki banyak waktu untuk merawat tubuhnya, hal ini menjadi peluang besar untuk bisnis di bidang kecantikan seperti salon kecantikan sehingga usaha ini dapat terus berkembang dimasa mendatang.

Setiap usaha pastinya tidak terlepas dari persaingan yang sangat ketat. Perusahaan dibidang jasa haruslah memiliki strategi-strategi yang baik agar perusahaan dapat terus berkembang. Pendekatan strategi pemasaran jasa

terdapat 7P yang meliputi *product, price, promotion, place, people, process,* dan, *physical evidence.*

Salah satu strategi yang harus diterapkan dalam bisnis salon kecantikan dengan memperhatikan faktor kualitas pelayanan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Kotler, 2005). Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu terharap perusahaan jasa yang membuat konsumen akan tertarik untuk menggunakan jasa ditawarkan. Jika konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan maka kemungkinan besar konsumen akan menggunakan jasa itu kembali yang membuat konsumen menjadi loyal. Perusahaan jasa dalam memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen juga memiliki beberapa kekurangan seperti yang terjadi pada Yunisa Salon. Yunisa Salon masih mempunyai kekurangan pada segi kualitas pelayanannya, karena banyaknya konsumen yang harus antri menunggu dalam waktu yang cukup lama untuk dilayani, hal ini dikarenakan keterbatasan jumlah pegawai Yunisa Salon yang hanya berjumlah tiga orang sehingga Yunisa Salon belum bisa memberikan pelayanan yang cepat dan maksimal kepada konsumen yang datang.

Berikutnya yang harus diperhatikan ialah fasilitas. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang

maksimal. Penyedia jasa salon kecantikan haruslah memiliki peralatan dan perlengkapan untuk mendukung jasa yang ditawarkan, namun di Yunisa Salon terdapat peralatan yang terbatas khususnya untuk catok rambut yang hanya berjumlah dua buah. Catok rambut digunakan untuk jenis perawatan pelurusan rambut seperti *rebonding* dan *smoothing*, sehingga jika ada beberapa konsumen yang memilih jenis perawatan tersebut secara bersamaan maka salah satu konsumen harus menunggu giliran di catok. Selain catok rambut, Yunisa Salon sering kehabisan stok bahan untuk jenis perawatan tertentu sehingga konsumen tidak bisa melakukan perawatan sesuai dengan yang dibutuhkan dan yang diinginkan.

Hal lain yang harus diperhatikan perusahaan jasa (salon) yakni memperhatikan faktor lokasi. Lokasi hendaknya berada di tempat strategis yang ramai dan dekat dengan jalan raya, pemukiman penduduk, sekolah, dan instansi pemerintahan, selain itu tersedianya tempat parkir untuk kendaraan juga menjadi hal yang harus diperhatikan. Lahan parkir di Yunisa Salon hanya mampu menampung beberapa kendaraan saja. Tempat parkir yang penuh menyebabkan konsumen lain yang datang menjadi kesulitan untuk memarkirkan kendaraannya sehingga konsumen terpaksa parkir di sembarang tempat.

Berdasarkan data yang didapat dari pemilik salon dalam kurun waktu tiga bulan terakhir yakni pada bulan Februari, Maret dan April 2018. Yunisa Salon mengalami penurunan jumlah konsumen pada bulan April 2018. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2

Konsumen yang Melakukan Perawatan pada Bulan Februari, Maret dan April  
2018 di Yunisa Salon Ponorogo

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>
Februari	675 orang
Maret	701 orang
April	630 orang
<b>Jumlah</b>	<b>2.006 orang</b>

Sumber: Data dari Penelitian pada Yunisa Salon Ponorogo, 2018

Berdasarkan tabel 1.2, dapat dilihat bahwa konsumen yang melakukan perawatan di Yunisa Salon pada bulan April mengalami penurunan daripada dua bulan sebelumnya menjadi 630 orang . Permasalahan yang terjadi berdasarkan data diatas ialah terjadinya penurunan jumlah konsumen yang melakukan perawatan pada bulan April 2018. Hal ini diduga dapat terjadi karena kualitas pelayanan para karyawannya belum bisa melayani dengan cepat, peralatan salon yang belum memadai dan adanya lahan parkir kendaraan yang sempit.

Yunisa Salon perlu memperhatikan kembali faktor kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi agar dapat bersaing dengan penyedia jasa yang sejenis. Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan hal-hal tersebut sehingga Yunisa Salon dapat mempertahankan loyalitas pelanggan agar tidak terjadi penurunan.

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yunisa Salon Ponorogo”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti telah merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisa Salon Ponorogo?
- b. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisa Salon Ponorogo?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisa Salon Ponorogo?
- d. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisa Salon Ponorogo?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang berfungsi untuk menjawab rumusan masalah yang dikemukakan. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisa Salon Ponorogo.

- b. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisa Salon Ponorogo.
- c. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisa Salon Ponorogo.
- d. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisa Salon Ponorogo.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat bagi semua. Manfaat yang dapat diperoleh antara lain:

- a. Bagi Peneliti

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan serta dapat menjadi pemecahan masalah atas masalah yang timbul di lapangan.

- b. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, literatur, serta referensi bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang akan mengambil permasalahan serupa.

- c. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan berguna sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan guna menghadapi persaingan yang semakin ketat.

d. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur dan bacaan untuk memberikan informasi dan wawasan tambahan bagi penelitian selanjutnya serta bagi semua pihak yang membutuhkan dalam rangka menambah ilmu manajemen pemasaran khususnya dalam hal kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan.

