

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat sekarang ini setiap perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan kepuasan dari konsumen harus bisa memberikan nilai yang lebih terhadap berbagai kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Dengan terciptanya sebuah kepuasan bagi seorang konsumen bisa memberikan berbagai manfaat seperti hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis dan memberikan dasar yang baik pada saat melakukan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan. Pelaku bisnis pada saat sekarang ini lebih kreatif ketika memberikan pelayanan kepada konsumennya, hal tersebut bertujuan memberikan rasa puas kepada konsumen dan dapat memiliki daya saing yang kuat dipasaran. Disini kualitas pelayanan diberikan secara maksimal tentunya akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas seorang konsumen.

Konsumen yang loyal, tidak hanya akan melakukan pembelian berulang, tetapi juga akan mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa (Gramer dan Brown, 2006: 27). Dengan mendapatkan pelayanan yang baik, maka konsumen tidak akan pernah bosan untuk menggunakan jasa dari salon win's dan mereka tidak akan beralih kepada salon yang lain. Pelanggan yang loyal selalu berulang kali menggunakan jasa. Pengguna jasa dari para pelanggan loyal bisa menjadi salah satu sumber pemasukan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian terhadap tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

(Tjiptono, 2011:59) Segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang maupun penyelenggaraannya. Kualitas pelayanan dijadikan sebagai ukuran seberapa bagusnya tingkat pelayanan yang diberikan dan mampu menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan suatu perilaku yang diberikan oleh sipenjual terhadap hal yang diinginkan oleh pelanggan dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. (Sopiah, 2008:252).

Pada saat sekarang ini *store atmosphere* menjadi faktor yang sangat penting bagi para pelanggan didalam memilih tempat untuk menggunakan sebuah jasa. Suasana yang nyaman juga menjadi pertimbangan tersendiri bagi pelanggan sebelum mereka memutuskan untuk datang ke salon tersebut. *Store Atmosphere* merupakan sebuah marketing mix dalam salon yang mana mempunyai peran penting dalam memikat pelanggan, yang membuat pelanggan nyaman dalam menggunakan jasa salon (Levy dan Weitz 2009: 434). Dengan demikian suasana salon yang tepat dapat menjadi sarana komunikasi yang bisa memberikan kesan positif dan baik, menguntungkan serta memperbesar peluang untuk mempengaruhi keputusan pelanggan dan menciptakan adanya loyalitas pelanggan. Jadi *store atmosphere* merupakan sebuah karakteristik yang sangat penting bagi setiap penciptaan suasana yang nyaman untuk pelanggan, hal tersebut akan membuat pelanggan akan berlangganan dengan Win's Salon. *Store atmosphere* mempengaruhi keadaan emosi pelanggan yang menyebabkan atau mempengaruhi pelanggan. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan.

Penciptaan suatu citra untuk sebuah salon tergantung pada penyesuaian kombinasi fisik yang mengarah pada kepuasan untuk mengembangkan nilai artistic

dari lingkungan salon sehingga mampu memicu daya tarik bagi konsumen. Cakupan strategi *Store atmosphere* bisa dikelompokkan menjadi *Instore* dan *Outstore*. *Store atmosphere* bisa dipahami sebagai penataan ruang dalam (*Instore*) dan ruang luar (*Outstore*) yang dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan. (Sutisna dan Pawitra 2010).

Win's Salon merupakan salah satu salon di kabupaten Ponorogo yang melayani jasa cuci rambut, *facial*, *body scrub*, lulur, *hair mask*, *manicure*, *acne facial*, *antioxidant facial*, dan potong rambut. Salon kecantikan ini menawarkan jasanya dengan harga terjangkau dengan kualitas terbaik sehingga menjadi salah satu salon terpercaya di Kabupaten Ponorogo. Jadi, apabila pelayanan yang diberikan oleh Win's Salon sesuai dengan harapan dan ditambah dengan *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan yang baik, maka diharapkan dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan sebuah aset yang berharga bagi sebuah perusahaan, supaya bisa mendapatkan pelanggan yang loyal, maka sebuah perusahaan harus bisa menawarkan jasanya dengan kualitas yang baik serta mengikuti perkembangan zaman yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan menggunakan jasa salon yang sama. Alasan mengapa mengambil variabel pelayanan dan *store atmosphere* karena pada sebuah jasa diperlukan pelayanan yang baik kepada pelanggannya, dan dalam suatu salon lingkungan juga sangat perlu karena setiap pelanggan juga membutuhkan lingkungan yang nyaman. Pelanggan Win's Salon memang terhitung royal dan loyal, mereka berani mengeluarkan uang lebih asal mendapatkan pelayanan dan produk yang berkualitas serta bermerak terkenal. Setiap pelanggan Win's Salon lebih memilih ke salon yang murah tetapi memiliki kualitas yang bagus, dan hasil yang memuaskan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Athmosphere* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Win’s Salon Ponorogo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Win’s Salon Ponorogo?
2. Apakah *Store Athmosphere* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Win’s Salon Ponorogo?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Win’s Salon Ponorogo?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, *Store Athmosphere* dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Win’s Salon Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Win’s Salon Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Store Athmosphere* secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Win’s Salon Ponorogo.

3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Win's Salon Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Win's Salon Ponorogo.

D. Kegunaan Penelitian

Setelah tujuannya diketahui, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai pembelajaran dalam penulisan dan penelitian karya ilmiah untuk lebih memperdalam ilmu pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan pada Win's Salon Ponorogo.

2. Lembaga

Sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi pengembangan penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan.

3. Instansi

Sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi peningkatan Loyalitas Pelanggan, khususnya yang berhubungan dengan Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Kepuasan Pelanggan dan pengaruh signifikannya, baik secara parsial maupun secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Win's Salon Ponorogo.

4. Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan bahan acuan dalam pengembangan penulisan dan penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh Kualitas

Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

