

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian Indonesia. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran penting dalam perekonomian Indonesia karena dalam perekonomian Indonesia karena dapat menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan output yang berguna bagi masyarakat. Ada tiga jenis usaha yang bisa dilakukan oleh UKM untuk menghasilkan laba yaitu usaha manufaktur, usaha dagang dan usaha jasa. Beragamnya UKM tersebut tentunya akan membawa kedalam suatu persaingan bisnis yang kompleks dimana seluruh industri/usaha yang bersaing terlibat dengan sejumlah tindakan bersaing dan tanggapan bersaing. Persaingan kompetitif terjadi saat dua atau lebih perusahaan bersaing satu dengan yang lainnya dalam mengejar posisi pasar yang menguntungkan. (Rahayu, 2015)

Salah satu jenis Usaha Kecil dan Menengah yang bergerak dibidang usaha jasa adalah *barbershop*. *Barbershop* ialah salon khusus laki laki, hal ini dikarenakan bahwa bukan hanya perempuan saja yang selalu memperhatikan penampilan, tetapi laki laki juga membutuhkan penampilan, mulai dari potong rambut, cuci rambut, pijat dan perawatan lainnya sesuai dengan kebutuhan laki laki.

Perkembangan zaman membuat usaha ini pun mengalami perubahan hal ini tidak terlepas karena kaum laki laki juga ingin merubah gaya rambutnya dengan nuansa modern, akan tetapi perasaan risih bagi kaum pria bila harus berada dalam satu tempat perawatan yang sama dengan wanita sehingga muncullah usaha yang bernama *barbershop*. Target pasar dari *barbershop* ini lebih jelas dan spesifik dari mulai anak-anak, pelajar, mahasiswa, hingga bapak bapak dan kakek kakek menjadi konsumen utama bisnis ini. (Rahayu, 2015)

Ada beberapa hal yang membedakan *barbershop* dengan tempat pangkas rambut biasa. *Barbershop* tidak hanya menyediakan jasa potong rambut saja, namun juga menyediakan jasa pijat refleksi, cuci rambut (*creambath*), *treatment*, dan *hair color*. Untuk daerah di Indonesia khususnya di kota Padang, *barbershop* merupakan fenomena baru yang menjadi tren dikalangan pria khususnya kawula muda dalam beberapa tahun belakangan ini.

Salah satu usaha *barbershop* yang ada di Kota Padang adalah L'laki Barbershop. L'laki Barbershop berdiri pada 7 Mei 2015 yang beralamat di Jalan Bandar Purus no 35 A1. L'laki *Barbershop* ini memiliki lokasi yang strategis atau bisa dikatakan berada di pusat keramaian dan tengah-tengah perkotaan. L'laki Barbershop menyediakan tempat yang nyaman dan berbagai fasilitas misalnya sofa yang berada pada ruang tunggu, TV dan Wifi agar pelanggan yang mengantri tidak bosan dan jenuh. Selain itu L'laki Barbershop juga memiliki 4 orang *kepster* (orang yang memotong rambut pelanggan). Berikut ini data perbandingan pelanggan L'Laki *Barbershop* Padang dan *Soopercut Barbershop* Padang periode Januari – Agustus 2019

**Tabel 1.1**  
**Tabel Perbandingan Pelanggan L'Laki *Barbershop* dengan Pelanggan Soopercut *Barbershop* periode Januari-Agustus 2019**

Bulan	Jumlah pelanggan L'Laki Barbershop (orang)	Jumlah pelanggan soopercut Barbershop (orang)	Presentase pelanggan L'Laki Barbershop %	Presentase pelanggan soopercut Barbershop %
Januari	412	162	71,7	29,6
Februari	383	178	68,1	31,7
Maret	342	185	64,8	35,1
April	274	230	54,3	45,6
Mei	234	250	48,34	51,6
Juni	257	286	47,3	52,6
Juli	178	305	36,8	63,1
Agustus	198	323	38,0	61,9

Sumber : L'Laki *Barbershop* dan *Soopercut Barbershop* 2019

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat pelanggan L'laki *barbershop* dari bulan januari sampai dengan bulan Agustus 2019 mengalami penurunan. Pada bulan januari jumlah

pelanggan L'Laki Barbershop yaitu 412 pelanggan dengan presentase 71,7, pada bulan februari 383 pelanggan dengan presentase 68,1 , lalu pada bulan maret barbershop L'Laki kembali mengalami penurunan yaitu jumlah pelanggan 342 dengan presentase 64,8, begitu juga pada bulan april 274 dengan presentase 54,3 dan pada bulan Mei 234 pelanggan dengan presentase 48,34, Penurunan paling drastis yang terjadi pada L'laki barbershop yaitu pada bulan juni dari 257 pelanggan dengan presentase 47,3 menjadi 178 pelanggan dengan presentase 36,8 pada bulan juli . Berbanding terbalik dengan Soopercut Barbershop yang mengalami kenaikan setiap bulannya. Pada bulan januari 162 pelanggan dengan presentase 29,6 dan pada bulan agustus menjadi 323 pelanggan dengan presentase 61,9. Hal ini terjadi karena ada pelanggan yang kurang puas terhadap patokan harga dan juga lokasi yang kurang memadai pada *L'laki barbershop* dan hal itu menyebabkan pelanggan tidak loyal untuk mengunjungi *L'laki Barbershop*.

Selanjutnya survei awal yang dilakukan terhadap 30 orang pengguna jasa L'laki Barbershop, untuk melihat tingkat loyalitas pelanggan L'Laki Barbershop di kota Padang :

**Tabel 1.2**  
**Survey Awal Terhadap 30 orang Responden di L'Laki *Barbershop* di kota Padang**

No	Pernyataan	Jumlah Pengamatan	Jawaban		Persentase (%)		Kategori
			Ya	Tidak	Ya	Tidak	
1	Saya akan merekomendasikan L'laki <i>Barbershop</i> kepada orang lain.	30	14	16	46,66	53,33	Kurang loyal
2	Sarana tempat paker L'laki <i>Barbershop</i> luas dan terjamin keamanannya	30	13	17	43,33	56,66	Kurang loyal
3	Harga yang ditetapkan L'laki <i>Barbershop</i> sesuai dengan daya beli	30	12	18	40	60	Loyal
4	Harga yang ditawarkan L'laki <i>Barbershop</i> sudah sesuai dengan harga yang dipasarkan	30	16	14	53,33	46,66	Kurang loyal
	Rata-rata				45,83	54,16	Kurang loyal

*Sumber: survey awal L'laki Barbershop (2019)*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat dari 4 item pernyataan, item pernyataan nomor 1, 2 dan 3 memiliki persentase terendah pada pernyataan survey awal. Hal tersebut tergambar dari survey awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden, dimana rata-rata responden yang tidak loyal adalah sebesar 54,16. Maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan L'laki *Barbershop* dikatakan tidak baik, dikarenakan pada item pernyataan masih banyaknya pelanggan yang tidak loyal terhadap L'laki *Barbershop*. Hasil survei tersebut merupakan fenomena yang menarik tentang loyalitas pelanggan L'laki *Barbershop* di kota Padang

Selanjutnya untuk memperkuat data dan fenomena dalam penelitian ini peneliti mengambil acuan dari penelitian sebelumnya. Loyalitas pelanggan dipengaruhi tiga variabel harga, lokasi dan kepuasan pelanggan, apabila harga dan lokasi yang diberikan sudah sesuai

dengan keinginan pelanggan maka pelanggan akan mendapatkan kepuasan, akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan Griffin & Brenner, (2004).

Selain itu faktor yang menyebabkan loyalitas pelanggan adalah kepuasan yang merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang atau puas (Kotler & Keller, 2009). Dan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dapat dilihat dari lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha Tjiptono, (2008).

Loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh sejumlah variabel yaitu kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dan dapat dilihat dari pengaruh harga suatu produk (Kotler & Keller, 2009). Secara umum bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar.

Lokasi juga salah satu faktor yang menyebabkan loyalitas pelanggan lokasi merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk atau jasa melalui tempat atau lokasi yang tepat agar terciptanya loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hal inilah yang membuat penulis untuk membahas lebih jauh dengan memilih judul: **“Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan L’laki Barbershop di kota Padang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh Harga terhadap kepuasan pada pelanggan L’laki Barbershop ?

2. Bagaimanakah pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pada pelanggan L'laki Barbershop?
3. Bagaimanakah pengaruh Harga terhadap loyalitas pada pelanggan L'laki Barbershop?
4. Bagaimanakah pengaruh Lokasi terhadap loyalitas pada pelanggan L'laki Barbershop?
5. Bagaimanakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pada pelanggan L'laki Barbershop?
6. Bagaimanakah kepuasan sebagai pemediasi antara harga dan loyalitas pada pelanggan L'laki Barbershop ?
7. Bagaimanakah kepuasan sebagai pemediasi antara lokasi dan loyalitas pada pelanggan L'laki Barbershop ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan penelitian yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pada pelanggan L'Laki Barbershop.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan L'Laki Barbershop.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pada pelanggan L'Laki Barbershop.
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pada pelanggan L'Laki Barbershop.
5. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pada pelanggan L'Laki Barbershop.
6. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan sebagai pemediasi antara harga terhadap loyalitas pada pelanggan L'Laki Barbershop.
7. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan sebagai pemediasi antara lokasi terhadap loyalitas pada pelanggan L'Laki Barbershop.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi L'Laki *babershops* untuk lebih memahami peranan kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

##### 2. Bagi Akademis

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi.