BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan hidup masyarakat saat ini sangatlah beraneka ragam. Mulai dari kebutuhan primer hingga tersier. Seiring dengan perkembangan zaman, memiliki penampilan yang menarik sudah menjadi kebutuhan penting yang harus dipenuhi setiap orang. Bukan hanya kaum wanita, tapi kaum pria juga membutuhkan penampilan yang menarik dan fenomena pria seperti ini biasa disebut dengan pria metroseksual. Dalam perkembangannya, konsep metroseksual mengarah kepada gaya hidup pria perkotaan modern yang berpenghasilan lebih dan sangat peduli kepada penampilan dan citra dirinya (wikipedia.org//2014).

Selanjutnya, pria di masa saat ini menaruh perhatian lebih kepada penampilan. Di zaman sekarang kaum pria cenderung memiliki kepekaan mode dan memilih pakaian berkualitas atau bermerek, serta memiliki kebiasaan merawat diri (*grooming*) atau kebiasaan-kebiasaan yang dahulu lazim dikaitkan dengan kaum wanita. Misalnya menyukai kosmetik untuk pria, pergi ke salon atau spa, atau melakukan perawatan tubuh seperti perawatan rambut, kuku dan kulit (http://www.sindoweekly.com//2014)

Faktanya, ada perasaan risih bagi kaum pria bila berada satu tempat Perawatan dengan wanita. Hal inilah yang mendorong pelaku usaha untuk mendirikan usaha jasa salon pria. Jika dulu kita hanya mengenal salon untuk kaum wanita, namun kini salon khusus untuk pria mulai bermunculan. Salon pria

ini biasa disebut dengan nama *barbershop*. Inilah tempat para pria masa kini mendapat gaya rambut impian. 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*, *facial*, dan *hair color*

Barbershop sendiri berasal dari kata latin **"Barba"** yang berarti janggut, Barbershop pertama kali berdiri di wilayah macedonia sekitar 400 tahun yang lalu sebelum masehi dan menyebar secara pesat ke mesir. Di indonesia sendiri Barbershop sudah berdiri semenjak zaman penjajahan belanda. 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 (www.koran.padek.co.id 2016).

Salah satu usaha barbershop yang ada di Kota Padang adalah. **Home Barbershop** berdiri pada 22 November 2017 yang beralamat di Jalan Adinegoro no 15. Home Barbershop ini memiliki lokasi yang strategis atau bisa dikatakan beradadi pusat keramaian. Home menyediakan tempat yang nyaman dan berbagai fasilitas misalnya sofa yang berada pada ruang tunggu, musik, Wifi, dan juga menjual berbagai minuman dingin agar pelanggan yang mengantri tidak bosan dan jenuh. Selain itu Home Barbershop juga memiliki 2 orang *kepster* (orang yang memotong rambut pelanggan).

Menurut Tjiptono & Chandra (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2009)

menyatakan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah 5 membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibanding dengan harapan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono & Chandra (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Kemudian pengertian kualitas pelayanan menurut Kotler & Keller (2009), mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firdiansyah (2017), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan jasa pelayanan guna untuk memenuhi harapan konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu lokasi menurut Tjiptono & Chandra (2012) yang menyatakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa lokasi adalah suatu tempat di mana perusahaan atau instansi tersebut melakukan kegiatan. Hal ini juga

dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Supriadi (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berikutnya yaitu harga. Menurut Kotler & Armstrong (2010) Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat memilih atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Philip kotler (2008) harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasaan pelanggan.

Tabel 1.1

Tabel Perbandingan Pelanggan Home Barbershop Padang dan Mastercukur Barbershop Padang Periode Januari - Juni 2020

Bulan	**Jumlah pelanggan Home Barbershop (Orang)**	**Jumlah pelanggan MasterCukur Barbershop (Orang)**
Januari	342	185
Februari	274	230
Maret	234	250
April	257	286
Mei	178	305
Juni	287	323

Sumber : Home Barbershop dan Mastercukur Barbershop 2020

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa naik turunnya pelanggan Home Barbershop telah terjadi sejak bulan Januari. Penurunan paling drastis yang terjadi pada Home Barbershop terjadi antara April dan bulan Mei dari 257 0rang turun menjadi 178 orang Berbanding terbalik dengan Mastercukur Barbershop yang mengalami kenaikan setiap bulannya. Dari bulan Januari 185 orang terus naik sampai pada bulan Juni menjadi 323 orang. Hal ini terjadi karena kemungkinan ada pelanggan yang kurang puas memotong rambut di Home Barbershop. Padahal lokasi 2 barbershop ini saling berdekatan dan terletak pada lokasi yang strategis, yang membedakan jumlah pelanggan adalah di segi harga, Home barbershop mematok untuk satu kali cukur Rp 40.000/orang, sedangkan Mastercukur mematok harga Rp 35.000/orang buat satu kali cukur.

Selanjutnya jika dilihat berdasarkan survey awal kepuasan dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini :

Tabel 1.2

Survey Awal Kepuasan Terhadap 30 orang Responden di Home Barbershop Padang

No	Pernyataan	Jawaban					Persentase(%)				
		SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
1	Saya enggan berpindah ke Barbershop lain	1	15	1	12	1	3,33	50	3,33	40	33,3
2.	Saya akan kembali menggunakan Home Barbershop	2	10	3	14	1	6,66	33,33	10	46,66	33,33
3.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain.	1	18	2	8	1	33,3	60	6,66	26,66	3,33

Sumber: survey awal Home Barbershop (2020)

Berdasarkan dari tabel 1.2 dapat dilihat dari 3 item pernyataan tersebut terindikasi bahwa, item pernyataan nomor 1 yang memiiki persentase tertinggi dalam menjawab pernyataan tidak setuju, Pernyataan 2 juga sama memiliki presentase tidak setuju lebih tinggi, Sedangkan pernyataan 3 memiliki pernyaatan setuju paling tingg. Maka dapat di simpulkan bahwa pelanggan Homebarbershop bisa dikatakan “belum puas”, karena 2 dari 3 pernyataan lebih banyak menjawab “ tidak setuju”.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad & Widiyanesti, 2016) juga terdapat variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan

pelanggan Rock N Roll Haircutting Bandung. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2014) juga terdapat variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KFC di Tangerang Selatan.

Dari survey awal yang di lakukan dapat di simpulkan bahwa pelanggan Homebarbershop bisa dikatakan "belum puas". Maka hal inilah yang membuat penulis untuk membahas lebih jauh dengan memilih judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Home Barbershop Padang ".**

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Home Barbershop Padang ?
2. Bagaimanakah pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Home Barbershop Padang ?
3. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap kepuasaan pelanggan Home Barbershop Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Home Barbershop Padang

2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Home Barbershop Padang
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasaan pelanggan Home Barbershop Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademis sebagai bahan masukan bagi Universitas Bung Hatta untuk menambah ilmu pengetahuan mahasiswa pemasaran pada umumnya dan prilaku konsumen khususnya. Selain itu semoga penelitian berguna untuk penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan lokasi dan harga terhadap kepuasaan pelanggan.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan penjualan dan sebagai masukan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan.