

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan serta keinginan manusia terus berkembang dengan perkembangan zaman. Manusia tidak lagi mampu untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya sendiri sehingga dibutuhkan adanya perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia tersebut. Dunia bisnis terus tumbuh pesat sejalan dengan pertumbuhan masa globalisasi, perihal ini di tandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk ataupun jasa kepada konsumen.

Perusahaan dapat dikatakan baik apabila dapat berkembang dalam melakukan semua aktivitasnya untuk memperoleh tujuan dari perusahaan tersebut. Salah satu faktor penentu tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya (Zahara 2020)¹ Pelayanan harus diberikan secara maksimal agar pelanggan merasa puas dan menjadi loyal. Mendapatkan dan mempertahankan pelanggan setia dalam lingkungan yang kompetitif saat ini merupakan hal yang sangat diperlukan untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis. Sehingga, kepuasan pelanggan akan memastikan kesuksesan perusahaan.² (Jauzi 2021).

Perusahaan harus mempunyai sistem untuk mengukur kualitas produk dari sudut pandang pelanggan yang berfokus pada kepuasan mereka, sistem ini harus mampu mengidentifikasi sebab dan akibat hubungan yang terkait dengan kepuasan pelanggan. Jika tingkat kepuasan turun, sistem ini harus mengidentifikasi

¹ Rita Zahara, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3.1 (2020), 31–38 <<https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121>>.

² Ibnu Jauzi and Ari Prasetyo, 'ANALISA DAMPAK KEPUASAN PELANGGAN DALAM HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI PELAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SALON MUSLIMAH', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8.3 (2021), 297 <<https://doi.org/10.20473/vol8iss20213pp297-304>>.

kemungkinan penyebab dan konsekuensi untuk menemukan solusi yang tepat. Kunci terpenting dalam memenangkan persaingan industri jasa adalah kepuasan pelanggan, sehingga kualitas produk perusahaan jasa harus menjadi fokus utama perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan. Oleh karena itu, ada minat yang meningkat untuk memahami kepuasan pelanggan.

Faktor yang wajib dilakukan oleh perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk atau jasa yang di tawarkan di antaranya tentang harga yang terjangkau, kualitas yang baik, dan promosi yang maksimal, sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli suatu produk maupun menggunakan jasa. Dalam memahami perilaku konsumen ada beberapa alasan melakukan pembelian produk atau menggunakan jasa, sehingga dengan mengetahui adanya peluang pasar dan apa yang harus di penuhi sebagai kepuasan bagi konsumen.

Hal ini yang menjadi tugas utama salon untuk memenuhi keinginan konsumen gunanya untuk menarik daya minat penggunaan jasa agar mencapai tujuan utama pencapaian terciptanya konsumen yang loyal. Terciptanya kepuasan pelanggan memberikan manfaat dalam keberhasilan suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh memanglah tidak mudah. Konsumen lebih selektif dalam memilih salon kecantikan karena banyaknya tempat lain dan memiliki kelebihan yang berbeda dengan berbagai macam treatment dan harga yang ditawarkan

Selanjutnya, studi tentang kepuasan pelanggan yang dilakukan baik secara umum maupun dalam ukuran khusus industri menetapkan bahwa retensi pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat diperoleh melalui kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (Rajeswari dkk, 2017). Dalam situasi yang sangat ketat dan kompetitif, kepuasan pelanggan dianggap sangat penting bagi perusahaan jasa yang berfokus kepada pelanggan karena hal itu mengarah pada keuntungan. Dari sudut pandang pemasaran, penelitian menyatakan bahwa membangun kepuasan pelanggan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dan juga hemat biaya. Seiring dengan lingkungan global yang semakin kompetitif, telah menjadi prioritas bagi

perusahaan untuk menggunakan kepuasan pelanggan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Salon Nbeautycare merupakan usaha bisnis yang berkecimpung di bidang jasa dan bertujuan untuk memperindah serta mempercantik seseorang. Memiliki berbagai macam perawatan yang ditawarkan meliputi Pedicure (perawatan kaki), Manicure (perawatan tangan), Facial, Sulam alis, Sulam lesung pipi, Eyelash (pemasangan bulu mata palsu). Dengan harga yang terjangkau Salon Nbeautycare ingin memberikan pelayanan yang baik dan tidak ingin mengecewakan konsumennya dengan pelayanan yang sopan dan sigap pada konsumen. Dari segi promosi, pemilik usaha salon Nbeautycare Malang memastikan dengan benar bahwasannya promosi pada pelanggannya sudah benar-benar menarik untuk di tawarkan kepada konsumen.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh research gap pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu mengatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Dengan bukti yang dikemukakan oleh (Sumarsid & Atik Budi Paryanti 2022) menyatakan jika kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Anotius Along, 2019), yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan.

Selanjutnya penelitian mengenai promosi juga dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menurut penelitian (Marpurung, Samosir, Ferbina, Girsang, Ndraha 2020), promosi yang dilakukan perusahaan akan membuat konsumen lebih mengenal dan percaya pada produk maupun jasa yang di tawarkan. Berbeda dengan penelitian (Herlambang & Komara 2021) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan dan lebih baik meningkatkan promosi dan mempertahankan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas.

Selanjutnya penelitian mengenai harga juga dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menurut (Donovan & Fadillah 2020) yaitu harga yang terjangkau dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian (Sumarsid & Atik Budi Paryanti 2022), yang mengemukakan bahwa harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hendaknya melakukan strategi harga yang mampu bersaing dengan perusahaan lain misalnya promosi potongan harga sehingga pelanggan merasa puas dengan harga yang lebih terjangkau.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengadakan penelitian selanjutnya yang berbeda dari penelitian sebelumnya yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan harga yang menjadikan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan, pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ada pada perbedaan objek penelitian.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti berupaya untuk membuktikan hasil dari pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasa pelanggan. Sehingga judul pada penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada salon Nbeautycare Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan adanya latar belakang diatas maka rumusan masalah ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan ?
2. Apakah promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan ?
3. Apakah harga mempengaruhi kepuasan pelanggan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah harga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat memberikan masukan berupa saran-saran serta sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan dan perumusan kebijaksanaan kepada industri dibidang pemasaran dan dalam kegiatan operasionalnya

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini untuk menerapkan metode atau ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan melatih untuk menganalisa permasalahan yang ada serta mencari penyelesaiannya dan ini dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan serta sebagai perbandingan dan sumber acuan untuk bidang kajian yang sama.