

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini teknologi komunikasi dan teknologi informasi telah berkembang dengan sangat pesat. Perubahan ini mengakibatkan kompetensi yang sangat ketat yang dapat berakibat para pelanggan lebih banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhannya. Para pelaku bisnis di bidang jasa harus berperan aktif dalam persaingan pada saat ini agar mereka dapat menjadi pemeran utama yang tidak hanya sebagai penonton atas keberhasilan pesaing. Mempelajari perilaku konsumen menjadi salah satu langkah yang harus diambil oleh para pelaku bisnis. Menurut Kotler dan Armstrong (2014 : 158) perilaku konsumen merupakan perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk di konsumsi. Sedangkan Michael R Solomon (2015 : 28) berpendapat jika perilaku pelanggan itu adalah studi tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok pilih, pembelian, penggunaan, atau membuang produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Di Mojokerto terdapat berbagai macam klinik atau salon kecantikan. Setiap tempat perawatan kecantikan memiliki daya tarik tersendiri dan penikmatnya masing - masing. Dalam tempat perawatan tersebut terdapat berbagai jasa yang disediakan mulai dari perawatan wajah sampai seluruh tubuh seperti berbagai krim pencerah wajah, masker, facial, lulur, bodyspa dan lain - lain.

Kemajuan teknologi merupakan salah satu faktor pendukung berkembangnya klinik atau salon kecantikan yang ada. Salah satu tempat yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi adalah tempat salon atau klinik kecantikan. Seiring dengan kemajuan yang pesat di dunia kecantikan saat ini bukan hanya menjadi kebutuhan untuk masyarakat umum saja akan tetapi juga menjadi prospek bisnis yang menjanjikan, bisnis kecantikan dari tahun ketahun semakin meningkat dan berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Sehat Skincare adalah salon kecantikan di Mojokerto yang bergerak dibidang jasa. Menurut Lupiyoadi (2013 : 7), mengungkapkan jasa merupakan aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik / konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya : kenyamanan, perawatan tubuh, hiburan, kesenangan atau kesehatan atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen).

Dengan semakin adanya perkembangan didunia pekerja maka sudah bisa kita lihat bahwa banyak kaum pria juga tidak kalah dengan wanita dalam menjaga kesehatan kulit wajahnya, oleh sebab itu Sehat Skincare mulai melayani sektor ini dengan memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik yang dapat menjawab kebutuhan wanita dan pria dalam hal kesehatan dan kecantikan kulit. Lalu menurut Krisdayanti (2017 : 10) pengertian kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Dalam persaingan yang semakin ketat perusahaan dituntut untuk memberikan yang terbaik untuk konsumennya termasuk dalam memberikan pelayanan yang maksimal. Menurut Dewi (2013 : 1), konsumen adalah seseorang yang menggunakan suatu produk (barang atau jasa) yang dipasarkan. Konsumen merupakan raja, maka dari itu perlu pendekatan dengan para konsumen atau dengan kata lain perusahaan memanjakan konsumen dengan jasa - jasa yang ada. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014 : 7) menjelaskan jika pengertian jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Jasa yang bisa ditawarkan ditempat klinik kecantikan misalnya dengan skin facial, bodycare, body whitening, memutihkan wajah, dekorasi ruangan yang menarik, indah dan bersih, refleksi pijatan yang diberikan sangat enak, ruangan ber-AC, hasil memukau setelah melakukan perawatan, pelayanan terbaik kepada setiap konsumen, produk krim yang ditawarkan berkualitas, serta tempat parkir yang luas dan aman.

Kebutuhan untuk melakukan perawatan kini sama pentingnya dengan kebutuhan sandang dan pangan. Oleh karena itu bisnis salon / klinik kecantikan tak pernah sepi pelanggan. Kebutuhan akan perawatan tubuh baik dimulai dari perawatan wajah sampai seluruh anggota tubuh menjadi suatu keharusan sebagai pelepas stres, dikalangan masyarakat menengah keatas memiliki porsi sejajar dengan sandang, pangan dan papan.

Tuntutan hidup masyarakat modern yang menyebabkan segala sesuatu hanya dapat dinilai secara materi dan bersifat fisik semata. Demikian ini dapat dilihat dan disimpulkan pandangan sebagian besar masyarakat menganggap bahwa wanita mempunyai kesempurnaan jika memiliki wajah yang cantik, bersih, berkulit putih dan halus serta bersinar, dengan tubuh yang langsing dan ideal.

Anggapan ini berkembang sebagai akibat dari instruksi terus - menerus melalui media iklan, sinetron, foto - foto, majalah, infotainment serta memberikan kesan kagum pada wajah - wajah tersebut yang berwajah cantik di televisi. Setiap manusia khususnya wanita sangat ingin mendambakan kecantikan. Rupanya, tuntutan itu ditanggapi dengan munculnya berbagai macam industri kecantikan. Tujuan dan maksud dari bermunculnya industri kecantikan tersebut adalah untuk memenuhi dan mewujudkan keinginan wanita untuk tampil cantik dan semenarik mungkin.

Pentingnya perusahaan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Dalam arti luas perusahaan mempelajari apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Menurut Dermawan (2004 : 1) kehidupan manusia adalah kehidupan yang selalu diisi oleh peristiwa pengambilan keputusan. Kita dapat mengatakan "tiada hari tanpa pengambilan keputusan". Menurut pendapat Kotler & Armstrong (2016 : 177) menjelaskan jika keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, bagaimana barang, jasa atau ide maupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan

keinginan mereka. Secara fisiologis ada berbagai sifat, sikap dan kepribadian antara pria dan wanita berbeda. Akibatnya faktor - faktor yang mempengaruhi sikap dan pengambilan keputusan yang berbeda - beda secara umum sifat pria dalam memilih tempat, teman / relasi dan kenyamanan. Secara umum sifat wanita dalam memilih tempat, harga, suasana, banyak teman / relasi dan citra / status tempat.

Obyek penelitian ini dilakukan pada Sehat Skincare yang terletak di jalan Mojopahit No. 210 Mergelo, Sentanan - Magersari - Mojokerto. Letaknya ditepi jalan raya, sangat strategis karena mudah ditemukan.

Berdasarkan uraian diatas melihat begitu pentingnya sebuah penelitian untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli produk (barang / jasa) atas latar belakang masalah tersebut maka saya mengambil judul untuk penelitian saya adalah **“ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH MELAKUKAN PERAWATAN KECANTIKAN DI SEHAT SKINCARE MOJOKERTO”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di jelaskan diatas maka perumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah : “Faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih melakukan perawatan kecantikan di Sehat Skincare Mojokerto”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, secara umum penelitian ini bermaksud untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih melakukan perawatan kecantikan di Sehat Skincare Mojokerto ”.

D. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Akademis : sebagai syarat tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Islam Majapahit, serta menambah wawasan dan pengetahuan peneliti.
- 2) Manfaat Praktis:
 - a) Bagi Perusahaan, sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.
 - b) Sebagai sumbangan pemikiran bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks.
 - c) Sebagai sumbangan referensi bagi peneliti selanjutnya yang lebih luas dan lebih mendalam.
 - d) Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan untuk masyarakat umum dan juga mahasiswa.