

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era masa gloalisasi sekarang ini, dunia pebisnis jasa dan barang telah berkembang dan berubah. Pada masa sekarang, agar mampu bersaing merebut pasar yang ada, perusahaan komersial harus juga dituntut untuk lebih kompetitif. Oleh sebab itu, agar perusahaan mampu dalam menghadapi persaingan bisnis harus mampu melakukan strategi bisnis yang tepat. Persaingan antar perusahaan di pasar bebas begitu ketat. Pengembangan telah meningkatkan fokus utama pada kualitas layanan atau produk mutu. Hanya beberapa perusahaan yang mempunyai keunggulan tersebut yang bisa memonopoli di dalam persaingan ini, ialah beberapa perusahaan yang secara efektif memelihara dan mengelola sumber dayanya. Tujuan yang pertama perusahaan pada dasarnya ialah yang dapat memberikan hasil akhir yang terbaik. Perkembangan zaman dan kemajuan zaman telah merubah beberapa cara konsumen atau pelanggan memilih jasa atau produk yang mereka inginkan (Mayangsari, 2013).

Banyaknya kenaikan para pebisnis dalam hitungan beberapa tahun terakhir yang ditandai dengan berbagai kompetisi di berbagai semua bidang, termasuk layanan potong rambut pria. Melihat keadaan ini menyebabkan semakin banyak pengusaha salon pria. Keberhasilan suatu badan usaha bergantung pada beberapa peluang, beberapa ide, dan para pebisnis. Para semua pebisnis agar dapat menghasilkan nilai tambah bagi konsumen harus menciptakan beberapa ide baru. Selain hal itu juga, semua pebisnis juga wajib melihat peluang bisnis lainnya yang berkembang. Salon pria atau biasanya dijuluki barbershop adalah bisnis yang berkembang pesat. Menjamurnya tukang

cukur seakan tak terbendung, banyak tukang cukur pria yang bermunculan tidak hanya di berbagai kota-kota besar, melainkan juga di beberapa daerah-daerah yang kecil di berbagai provinsi, di antaranya toko tukang cukur mempunyai gaya yang unik dan keren, lokasi tersebut juga menyebar dari lokasi yang memiliki kedai cukur khusus sendiri hingga dari lokasi di dalam beberapa mall. Dengan adanya perubahan gaya hidup pria sehingga perubahan tersebut condong terhadap tren gaya rambut pria, inilah yang dapat membantu masyarakat Mojokerto, memberikan peluang untuk membuka gerai barbershop khusus para pria dengan memberikan suasana yang tenang juga pelayanan yang ramah untuk semua konsumen atau para pelanggan pria yang menginginkan rambutnya dengan tren berbagai macam pilihan model rambut yang diinginkan dan dapatkan momentum usai menggunakan minyak rambut atau biasanya disebut dengan pomade untuk mengembalikan tren rambut era klasik.

Lucky Barbershop ialah sebagai penyedia jasa bisnis pangkas rambut yang berdiri pada tahun 2019, Lucky Barbershop milik mas Restu Adji ini bertempat di Dusun Kasian Desa Pohkecik Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto bertempat di pinggir jalan raya. Lucky Barbershop ini berkepemilikan pribadi tidak seperti barbershop lainnya yang bekerjasama dengan franchise dan masih belum memiliki cabang. Memiliki fasilitas yang lengkap seperti ac, wifi, sofa untuk konsumen yang menunggu antrean serta di sediakan air mineral kepada konsumen juga ada 2 karyawan yang ramah bisa memotong rambut sesuai keinginan konsumen, dengan harga yang berbeda dengan barbershop lainnya lucky barbershop ini mempunyai kualitas pelayanan yang lebih unggul dan tidak lupa untuk lokasi mudah dijangkau karena bertempat di pinggir jalan raya.

Menurut ahli Parasuraman et al (1988) yang ambil (Lupiyoadi, 2001:148) ada beberapa aspek kualitas pelayanan ialah: memuaskan konsumen dengan

kemampuan memberikan pelayanan yang terbaik (*reliability*), karyawan memberikan pelayanan yang tanggap terhadap konsumen (*responsiveness*), karyawan memberikan sikap sopan yang bisa di percaya konsumen (*assurance*), para karyawan memberikan hubungan komunikasi yang baik dan tulus terhadap konsumen supaya nyaman (*empathy*), memberikan fasilitas yang terbaik kepada konsumen (*tangibles*). Lupiyoadi juga Hamdani (2009:65), mengemukakan bahwa kepuasan konsumen dapat di pengaruhi oleh kualitas pelayanan, bagaimanapun juga kepuasan konsumen yang bisa di dapat dari kualitas pelayanan yang baik. Jasa dan juga pelayanan adalah sesuatu jasa atau barang yang tidak dapat berwujud, juga yang dapat memberikan nilai berdasarkan penalaran dan juga pengalaman ialah pelayanan. Bagus tidaknya terhadap kualitas pelayanan barang ataupun jasa bergantung kepada produsen yang mampu dalam mencukupi beberapa harapan para konsumen atau pelanggan secara konsisten. Kualitas pelayanan dapat memperoleh kepuasan pelayanan apabila yang dirasakan konsumen melebihi dari kualitas pelayanan yang diharapkan. Maka dari pelayanan yang beginilah yang dapat dipersepsikan sebagai pelayanan yang memuaskan dan berkualitas. Yang diharapkan konsumen ataupun pelanggan tersebut mencerminkan kepada pelayanan karyawan yang sangat baik, sopan dan santun, ramah tamah, kecepatan dan ketepatan waktu akan menjadi kepuasan penting yang bisa diharapkan oleh para pelanggan maupun konsumen. Akan ada kosumen maupun pelanggan yang secara tidak langsung akan merekomendasikan dari mulut ke mulut ketika konsumen mendapatkan kepuasan pelayanan, juga bisa meningkatkan citra perusahaan dari penilaian konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan harus memperhatikan fokus utama di kualitas pelayanan karena bisa menjadikan kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2009).

Kualitas pelayanan pada Lucky Barbershop memiliki perbedaan di beberapa *barbershop* lainnya. Pemberian sapaan ketika pelanggan masuk, lalu menginformasikan ke pelanggan untuk mengambil nomor antrian, serta Lucky Barbershop memberikan pelanggan segelas minuman untuk dinikmati.

Persepsi harga dikemukakan oleh Swastha (2003) ialah untuk mendapatkan sejumlah beberapa kombinasi dari produk dan pelayanannya harus mengorbankan beberapa jumlah yang dibutuhkan. Beberapa perusahaan harus memberikan harga barang ataupun jasa pada tingkat tertentu yang bisa digunakan untuk mengontrol persaingan pesaing, melihat dan menganalisa kondisi saat ini ialah dengan harga yang kompetitif perusahaan akan lebih memudahkan untuk merencanakan strategi yang lebih lanjut khususnya pada bidang harga, akhirnya konsumen maupun pelanggan akan lebih tertarik untuk melakukan pembelian. Dengan pemberian harga yang terjangkau para konsumen akan berkeinginan membeli kembali karena dengan harga yang terjangkau dan sesuai harapan konsumen (Pamungkas, 2013).

Lucky Barbershop pada saat ini memberikan harga jasa potong rambut dan juga berkeramas dengan harga yang terjangkau dibandingkan barbershop lainnya Rp 20.000 sedangkan jika para konsumen maupun pelanggan ingin menambahkan vitamin untuk rambut maka ada biaya tambahan yaitu Rp 5.000 dan tidak lupa untuk potong rambut anak kecil dipatok dengan harga yang sama yaitu Rp 20.000. Dengan beberapa fasilitas dan kualitas pelayanan yang lebih unggul dibandingkan beberapa barbershop lainnya, jadi untuk kualitas pelayanan, harga serta kenyamanan sangat mempengaruhi persepsi harga yang di rasakan konsumen, dengan harga segitu dapat mendapatkan kualitas pelayanan potong rambut yang sesuai dengan model keinginan para konsumen dengan fasilitas yang membuat nyaman konsumen sehingga persepsi para

konsumen bisa mengatakan bahwa Lucky Barbershop ini bisa dijadikan langganan potong rambut.

Penentuan lokasi mendapatkan beberapa fungsi yang penting karena dapat berpengaruh terhadap kunjungan konsumen jadi harus memiliki lokasi yang strategis. Lokasi ialah letak dimana toko ataupun tempat pada daerah yang memiliki lokasi strategis sehingga bisa memaksimalkan laba yang diperoleh (Basu Swasta dan Irawan,2008), Lucky Barbershop ini sudah memiliki lokasi yang cukup strategis karena tempatnya di pinggir jalan raya oleh karena itu para konsumen dapat mudah menjangkau ketika mau potong rambut tidak lupa disamping bangunan juga terdapat beberapa pohon sehingga kesan tempat Lucky Barbershop ini tidak panas membuat konsumen nyaman (Fifyanita Ghanimata, 2012).

Dikemukakan Kotler dan Keller (2009:138), kepuasan konsumen atau pelanggan ialah ungkapan perasaan konsumen senang atau kecewa yang di timbulkan karena melakukan perbandingan kinerja yang bisa dipersepsikan produk atau hasil terhadap harapan mereka. Apabila ada beberapa kinerja yang tidak sesuai harapan, maka para konsumen atau pelanggan dapat merasakan kekecewaan. Apabila kinerja karyawan sesuai dengan harapan, konsumen akan mendapatkan perasaan sangat puas. Harapan para konsumen ataupun pelanggan bisa diamati dari pengalaman masa lampau, informasi dari beberapa media dan pendapat dari pengunjung lain. Jadi, menurut penulis di Lucky Barbershop pelayanannya sangat baik sehingga sudah banyak konsumen yang menjadi pelanggan tetap. Dilihat dari antrian di tempat Lucky Barbershop banyak yang sudah menjadi pelanggan dari sini penulis dapat menyimpulkan bahwa pelayanan Lucky Barbershop ini sangatlah baik jadi konsumen maupun pelanggan tetap mempunyai rasa sangat puas (Sianturi, 2018).

Di wilayah kecamatan Dlanggu kabupaten Mojokerto juga banyak kedai potong rambut selain Lucky Barbershop, untuk pesaing sesama Barbershop sendiri terdapat 2 Barbershop yaitu Brother Barbershop, dan Ndasmu Barbershop yang menjadi pesaing Lucky Barbershop. Untuk harga Lucky Barbershop dipatok harga Rp.20.000 sedangkan pesaing lucky Barbershop dipatok dengan harga Rp.25.000 dengan faslitas yang diberikan sama. Terdapat beberapa masalah pada Lucky Barbershop yaitu tempat parkir kurang nyaman bagi para konsumen tidak disediakan lahan parkir, akses parkir mobil saat ini di bahu jalan raya sehingga dapat mengganggu pengemudi di jalan raya serta tidak mempunyai tukang parkir jadi dari segi keamanan sangat kurang itulah beberapa masalah dari Lucky Barbershop, sangat berpengaruh terhadap minat kunjung para konsumen sehingga bisa jadi konsumen beralih ke tempat pesaing kedai potong rambut yang berada di wilayah Dlanggu, oleh karena itu sebaiknya Lucky Barbershop segera memberikan tempat parkir yang aman dan nyaman supaya para konsumen tidak lari ke kedai potong rambut sekitar.

Alasan peneliti melakukan penelitian pada Lucky Barbershop, karena banyak remaja di daerah Mojokerto memilih Lucky Barbershop karena harga yang terjangkau tetapi dengan kualitas yang tidak kalah saing dengan barbershop lainnya.

Sebagai unit pebisnis yang terjun di usaha bidang pangkas rambut, Lucky Barbershop dituntut untuk terus berkembang seiring dengan semakin banyaknya muncul berbagai barbershop lain, dengan memperlihatkan berbagai fasilitas tingkatan harga serta berbagai macam pelayanan selain pangkas rambut sebagai layanan utamanya. Hal itu tentu dilakukan karena untuk menarik perhatian para konsumen maupun pelanggan yang datang untuk merapikan rambutnya dan konsumen yang datang tentunya memiliki karakter yang berbeda-beda sehingga upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen menjadi hal

mutlak yang harus dilakukan Lucky Barbershop untuk memenangkan persaingan bisnis dengan kompetitor lainnya. Berdasarkan uraian dari latar belakang yang di tulis di atas maka pengarang menjadi tertarik untuk membuat suatu karya ilmiah skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Lucky Barbershop Di Mojokerto“**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto?
2. Apakah persepsi harga mempengaruhi kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto?
3. Apakah lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Dari riset ini bermaksud untuk memperoleh jawaban atas kasus yang sudah teridentifikasi di atas, ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan kepada kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari persepsi harga kepada kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari lokasi kepada kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto.

4. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi kepada kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Riset ini dapat berguna bisa bermanfaat bagi peneliti dalam meningkatkan pengalaman dan pemahaman peneliti, terpenting akan pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi kepada kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto.

b. Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat bermanfaat seperti bahan masukan dan guna mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi kepada kepuasan konsumen.

c. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memberi informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi kepada kepuasan konsumen Lucky Barbershop di dalam bidang jasa potong rambut, serta bermanfaat bagi mahasiswa sebagai pembelajaran dan referensi ketika akan melakukan penelitian

2. Manfaat Teoritis

Riset ini juga berhadap dapat memperluas dan menambah pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Lucky Barbershop di Mojokerto.