

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Hendro dan Syamswana (2017), persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi dewasa ini semakin pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan.

Menurut Hendro dan Syamswana (2017), kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.

Menurut Nurdiansyah & Matadji (2016), kualitas merupakan titik awal dalam merebut pangsa pasar sehingga tingkat kepuasan tidak hanya perlu dipertahankan tetapi juga harus ditingkatkan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menggerakkan, mengatur dan mengkoordinasikan kegiatan dari berbagai

kelompok tenaga yang ada sehingga dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan. Kepuasan pelanggan akan menjadi dasar pengembangan berbagai model perilaku konsumen yang akan membeli. Selain itu kepuasan pelanggan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan. Karena selain produk, pelayanan terbaik adalah hal utama yang harus diberikan kepada pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang positif terhadap perusahaan.

Menurut Hendro dan Syamswana (2017), pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak.

Menurut Chen dan Lin (2018:60), perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasannya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak

bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Salah satu perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan adalah Salon Rits *Eyelash Extension*. Salon Rits *Eyelash Extension* yang beralamatkan di Villa Bogor Indah 6, Kec. Sukaraja, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16710. Salon Rits *Eyelash Extension* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa salon. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan di salon Rits maka peneliti melakukan prasurvey, berikut adalah hasil prasurvey kualitas pelayanan:

Tabel 1
Prasurvey Kualitas Pelayanan

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Saya merasa jasa yang ditawarkan sesuai dengan kenyataan yang ada	10	10
2	Pegawai sangat memperhatikan keluhan pelanggan	8	12
3	Saya merasa nyaman ketika berbicara dengan pegawai salon Rits	13	7
4	Saya merasa pelayanan sangat baik dan para pegawai merespon dengan baik apa yang diinginkan pelanggan	9	11
5	Salon Rits memiliki perlengkapan dan peralatan yang lengkap	8	12

Sumber: Prasurvey Konsumen Salon Rits

Dapat dilihat pada tabel 1 dapat dilihat bahwa terjadi masalah pada kualitas pelayanan di salon Rits yang dirasakan oleh pelanggan yaitu pelayanan yang dijanjikan tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen dan para pegawai kurang memperhatikan keluhan yang dirasakan oleh konsumen merupakan masalah yang dirasakan oleh para konsumen. Hal

tersebut dapat menciptakan kurangnya nilai kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan saat datang ke salon Rits ini.

Salah satu indikator kualitas pelayanan yaitu daya tanggap (Responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat (Tjiptono, 2015:52). Selain itu jika dilihat dari tabel 1 maka dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan yang di berikan salon Rits kurang memuaskan.

Menurut Chen dan Lin (2018:62), selain kualitas pelayanan yang baik, saat ini banyak pelanggan yang membutuhkan *experience* atau pengalaman positif yang secara emosional sangat menyentuh dan memorable. Sebuah produk harus mampu membangkitkan sensasi dan pengalaman yang akan menumbuhkan minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang setelah mendapatkan kepuasan pada sebuah perusahaan, sehingga *experience* atau pengalaman perlu menjadi perhatian para pembisnis dalam memuaskan konsumennya dan memenangkan persaingan. Memberikan pengalaman dengan cara menyajikan produk yang unik serta dengan pelayanan yang sesuai dengan gaya hidup dan hobi pelanggan, akan secara otomatis tersimpan dalam memori pelanggan. Berikut adalah hasil prasurevey pengalaman pelanggan:

Tabel 2
Prasurvey Pengalaman Pelanggan

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Salon Rits menggunakan tema salon yang menarik pelanggan	11	9
2	Ketika saya mengunjungi salon Rits membuat bahagia	12	8
3	Saya sering dimintai pendapat oleh pegawai salon Rits apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan konsumen	7	13
4	Kedatangan saya dihargai oleh pegawai di salon ini	9	11
5	Pemasaran yang dilakukan oleh salon Rits telah sesuai dan menarik dapat menarik pelanggan	9	11

Sumber: Prasurvey Pengalaman Pelanggan

Dapat dilihat pada tabel 2 dapat dilihat bahwa terjadi masalah pada pengalaman pelanggan di salon Rits yang dirasakan oleh pelanggan yaitu pelanggan sering kali tidak diberikan kesempatan untuk memberikan pendapat apakah telah sesuai dengan keinginan konsumen, sering kali kedatangan konsumen tidak diperhatikan oleh para pegawai salon Rits, dan kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh salon Rits sehingga masih banyak orang yang tidak mengetahui mengenai salon Rits. Hal tersebut dapat menciptakan kurangnya pengalaman pelanggan ketika datang ke salon Rits ini.

Salah satu indikator pengalaman pelanggan yaitu *Think*, merupakan pemikiran kreatif yang muncul di benak konsumen akan suatu merek atau perusahaan atau pelanggan diajak untuk terlibat dalam pemikiran kreatif.

Prinsip think terdiri atas 3 yaitu *surprise*, *intrigue*, dan *provocation* (Bagasworo dan Hardiani, 2016:112). Jika dilihat berdasarkan tabel 2 maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman yang dirasakan pelanggan saat datang ke salon Rits kurang menyenangkan.

Menurut Pranoto dan Subagio (2015), kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan hanya merupakan prediksi yang lemah terhadap pelanggan yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya. Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli.

Menurut Putri (2019), konsumen adalah satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas pelayanan. Konsumen menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima (*perception*) dengan pelayanan yang mereka harapkan (*expectation*). Bila konsumen merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan mengakibatkan konsumen tersebut akan kembali lagi untuk mengadakan pembelian ulang (*rebuying*). Dengan kata lain perusahaan yang dapat memuaskan konsumen akan memiliki konsumen yang loyal. Semakin

ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternative produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya. Berikut adalah hasil prasurvey kepuasan pelanggan:

Tabel 3
Prasurvey Kepuasan Pelanggan

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Saya puas dengan hasil yang diberikan oleh salon Rits	9	11
2	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan pegawai di salon Rits	10	10
3	Saya memiliki keinginan untuk merekomendasikan salon Rits	8	12

Sumber: Prasurvey Kepuasan pelanggan

Dapat dilihat pada tabel 3 dapat dilihat bahwa terjadi masalah pada kepuasan pelanggan di salon Rits yang dirasakan oleh pelanggan yaitu kurang puasnya pelanggan dengan hasil yang diberikan oleh salon Rits ini dan juga pelanggan kurang memiliki keinginan untuk dapat merekomendasikan salon Rits ini kepada orang lain. Hal tersebut dapat menciptakan kurangnya kepuasan pelanggan ketika datang ke salon Rits ini.

Salah satu indikator kepuasan pelanggan yaitu pengalaman baik terhadap pelayanan yaitu perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen akan membuat konsumen melakukan pembelian dilain waktu. Namun jika dilihat berdasarjan tabel 3 dapat ditarik kesimpulan bahwa masih kurangnya kepuasan yang dirasakan pelanggan dikarenakan pengalaman yang dirasakan kurang baik ketika dating ke salon Rits. Berikut adalah data penjualan Salon Rits *Eyelash Extension* pada tahun 2020-2022:

Tabel 4
Data Penjualan Salon Rits pada tahun 2020-2022

Tahun	Nilai Penjualan (Omzet)	Target Penjualan (Omzet)
2020	Rp 46.056.400	Rp 48.000.000
2021	Rp 44.650.200	Rp 45.000.000
2022	Rp 43.392.500	Rp 42.000.000

Sumber: Salon Rits *Eyelash Extension*

Dapat dilihat pada tabel 4 bahwa data penjualan Salon Rits pada tahun 2020-2022 mengalami penurunan bukan hanya itu target penjualannya pada tahun 2020 dan 2021 tidak dapat tercapai, dan untuk ditahun 2022 target penjualannya berhasil dicapai meskipun omzet yang didapat menurun

dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Adapun penurunan pelanggan yang terjadi pada tahun 2020-2022 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Data Kunjungan Pelanggan pada tahun 2020-2022

Tahun	Pengunjung Salon (Konsumen)
2020	653
2021	598
2022	539

Sumber: Salon Rits *Eyelash Extension*

Dapt dilihat pada tabel 2 Salon Rits mengalami penurunan konsumen pada tahun 2021 dan kembali mangalami penurunan kembali konsumen pada tahun 2022. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Rits *Eyelash Extension*” .

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan masalah yang ada sebagai berikut:

1. Pelayanan yang dijanjikan tidak sesuai dengan yang didapat oleh pelanggan
2. Pegawai kurang memperhatikan keluhan para pelanggan
3. Kurang dihargainya pelanggan ketika dating ke salon Rits
4. Para pelanggan merasa tidak nyaman ketika datang ke salon Rits

5. Kecepatan pelayanan yang kurang ketika melayani pelanggan
6. Daya tangap yang kurang ketika menyambut pelanggan

C. Batasan Masalah

Dari masalah yang teridentifikasi diatas, cukup banyak terlihat masalah-masalah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada salon Rits. Namun untuk memfokuskan dan memperkecil batasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diinginkan, maka masalah yang diteliti terbatas pada kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan yang telah dilakukan oleh salon Rits *eyelash extension*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada salon Rits *eyelash extension* ?
2. Apakah pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada salon Rits *eyelash extension* ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada salon Rits *eyelash extension* ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka peneliti menetapkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon Rits *eyelash extension*.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada salon Rits *eyelash extension*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada salon Rits *eyelash extension*.

F. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sejalan dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian berguna baik secara akademis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi untuk memperkaya cakrawala berpikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya dan diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya bisa lebih baik dari penelitian yang telah dilakukan.

2. Kegunaan Praktik

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pihak organisasi berupa informasi tentang upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan di salon Rits *eyelash extension*.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan, dan pengalaman secara langsung dalam menghadapi permasalahan yang ada dalam dunia kerja serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan teori yang didapat dibangku kuliah dengan dunia kerja dan dapat menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai studi kepustakaan bagi yang memerlukan.

d. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

G. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan dan mengetahui alur penelitian proposal skripsi ini, maka peneliti menjelaskan gambaran mengenai isi proposal skripsi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II STUDI PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan tinjauan pendapat hasil penelitian terdahulu, studi pustaka berkaitan dengan teori kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan kepuasan pelanggan dari mulai pengertian setiap variabel sampai dengan indikator yang digunakan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang obyek dan lokasi penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, unit analisis, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode pengujian data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membicarakan mengenai gambaran umum tempat penelitian, profil responden, hasil uji validitas dan reabilitas, hasil uji hipotesis, hasil analisis regresi linier berganda, hasil analisis koefisien korelasi berganda, dan pembahasan hasil penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari penulis.