

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung disini adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Kotler menyatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas jasanya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis produk yang dibelinya.¹

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan kesehatan menyebabkan perubahan pola pikir kesehatan maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa perawatan dan kecantikan. Hal ini mendorong antusias para pengusaha di bidang perawatan dan kecantikan khususnya salon. Salon adalah salah satu tempat untuk mempercantik penampilan seseorang. Di salon seorang konsumen diharapkan dapat memperbaiki

¹ Kotler, Philip, Marketing Management (Pearson International Edition,2012)

penampilan antara lain dengan tata rias wajah, perubahan model rambut dan lain sebagainya. Di sini Rudy Hadisuwarno ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan oleh Salon Rudy Hadisuwarno untuk mempengaruhi konsumen antara lain melalui kualitas pelayanan sehingga diharapkan konsumen merasa terpuaskan.

Salon Rudy Hadisuwarno merupakan salah satu alat pengusaha yang termasuk dalam usaha sarana perawatan dan kecantikan yang menyediakan fasilitas dan pelayanan konsumen perawatan, penataan rambut, penanganan permasalahan rambut serta jasa-jasa lainnya yang dikelola secara komersial. Selanjutnya Salon Rudy Hadisuwarno harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Pesaing yang dihadapi oleh Salon Rudy Hadisuwarno bukan hanya dari perusahaan yang memiliki fasilitas dan pelayanan yang sama tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas penataan rambut dan kecantikan lainnya sehingga menjadikan Rudy Hadisuwarno lebih meningkatkan kualitas jasa, kreativitas dan membuat inovasi-inovasi baru yang dapat menarik konsumen. Permasalahan lain yang dihadapi adalah mengingat perilaku konsumen berubah-ubah maka penyediaan jasa perlu disesuaikan. Dengan mengetahui kualitas jasa Salon Rudy Hadisuwarno, diharapkan pihak pengelola dapat membuat strategi-strategi untuk menarik konsumen agar membeli jasa yang ditawarkan. Manfaat kualitas jasa di sini sebagai acuan penilaian konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh

Rudy Hadisuwarno sehingga konsumen dapat melakukan perbandingan kualitas jasa dengan perusahaan lain dalam bidang yang sama. Adapun manfaat kualitas jasa Rudy Hadisuwarno itu sendiri adalah sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterima. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa yaitu dirasakan *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas jasa yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.²

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen salon Rudy Hadisuwarno Blok-M Jakarta?

² Fandy Tjiptono. kualitas jasa. 2011

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen salon Rudy Hadisuwarno Blok-M Jakarta

2. Manfaat Penelitian

Dari observasi ini diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi bagi penulis, perusahaan yang bersangkutan, Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, dan bagi pembaca secara umum.

a. Bagi Penulis

Sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan keilmuan dan meningkatkan kemampuan akademisi dalam teori kualitas jasa dan kepuasan konsumen.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kualitas layanan jasa Rudy Hadisuwarno dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

c. Bagi Universitas

Sebagai pelengkap dan tambahan referensi arsip karya ilmiah Universitas dibidang pemasaran.

d. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan referensi penulis lain yang akan menyusun karya ilmiah.