

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman di era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya bagi kaum wanita. Kecantikan merupakan harta yang sangat berharga, sehingga harus senantiasa dijaga dan dirawat. Saat ini kebutuhan akan perawatan kecantikan semakin berkembang sebagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari perawatan rambut, perawatan wajah, dan perawatan tubuh, sehingga banyak perusahaan-perusahaan yang menawarkan jasa perawatan kecantikan seperti pada CV. Safa Salon Medan.

Usaha jasa salon merupakan bisnis yang dapat dijadikan bisnis jangka panjang, dikarenakan kebutuhan fisik untuk seorang wanita dibutuhkan, bahkan seorang pria pada beberapa tahun ini sudah mulai menunjukkan kebutuhan tentang diri mereka. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang bisnis bagi para pendiri-pendiri salon di Medan. Dan sebagian orang mengatakan sekarang ini merupakan keadaan yang cukup sulit untuk memperlebar peluang bisnis. Hal ini membuat para pelaku bisnis memutar otak dan mencari lahan bisnis yang cukup prospektif. Salon merupakan ladang bisnis yang menguntungkan, mereka menganggap makin ke depan bisnis salon dan kecantikan semakin maju. Karena sekarang ini, salon sudah menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi sebagai tempat perawatan dan kecantikan tubuh.

Setelah peneliti melakukan survey awal dan wawancara pada CV. Safa Salon Medan kepada pihak pelanggan, maka di peroleh hasil yang berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan yaitu dapat di lihat dari fenomena-fenomena yang terjadi antara lain terlihat dari kualitas pelayanan yang belum maksimal dan harga yang masih menjadi perbincangan, Setelah konsumen merasa puas dengan cara pelayanan produk atau jasa yang diterimanya, maka konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan dengan perusahaan lainnya.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan pelanggan dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas dan senang. Pelanggan yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang dari pelanggan. Beberapa cara yang dilakukan perusahaan dalam mencapai kepuasan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan dan harga yang tepat.

Kualitas diartikan sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan yaitu “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut

untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk. Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan diatas oleh tiptono maka dapat diindikasikan bahwa sebuah kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat sebagai penerima layanan mengharapkan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapat dari pelayanan yang didapatkan sebelumnya. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari masyarakat pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan.

Harga juga merupakan salah satu faktor penentu pembelian dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk tertentu. Harga yang ditawarkan Safa Salon dapat dijangkau oleh semua kalangan, tetapi terdapat beberapa perawatan yang dirasa pelanggan masih cukup mahal. Selain itu, tambahan *service* seperti: pemberian serum atau vitamin tidak tercantum di harga awal, sehingga pelanggan harus membayar lebih mahal saat di kasir.

Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai,

manfaat dan kualitas produk. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan *market share*, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Pada CV. Safa Salon Medan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang terdapat dalam identifikasi masalah tersebut maka rumusan masalah pada penelitian ini antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Safa Salon Medan?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Safa Salon Medan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Safa Salon Medan?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Safa Salon Medan.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Safa Salon Medan.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Safa Salon Medan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Manfaat Bagi Penulis

Sebagai alat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh di perguruan tinggi dan menambah pengetahuan serta studi kepustakaan dalam bidang pemasaran, khususnya dalam menganalisis kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi perusahaan untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga Safa Salon Medan bagi kepuasan pelanggan dan perusahaan dapat mendorong pertumbuhan dan pengembangan bauran pemasaran dalam mencapai tujuan maksimal khususnya bagi manajemen perusahaan untuk membuat kepuasan kepada pelanggan.

3. Manfaat Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menambah informasi dan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian di waktu yang akan datang.

4. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi bagi pihak – pihak yang akan melakukan penelitia

