

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Fashion, merupakan bagian hidup masyarakat sejak dulu. Fashion bisa dikatakan sebagai gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu digunakan sehari-hari atau pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Fashion berasal dari bahasa Inggris yang berarti mode, model, cara, gaya ataupun kebiasaan. Fashion tidak hanya berbicara tentang gaya berpakaian saja, tetapi juga gaya aksesoris, kosmetik, model rambut, dan lainnya yang dapat meningkatkan penampilan dari seseorang. Fashion berkembang seiring berkembangnya zaman dan berjalannya waktu, sehingga dari tahun ke tahun pasti terjadi perubahan dalam gaya berpenampilan masyarakat. Seperti contohnya jika fashion di awal tahun 2000-an tentunya berbeda dengan fashion di era yang sekarang. Berkembangnya teknologi dan arus informasi membuat masyarakat Indonesia saat ini menjadi lebih terbuka terhadap pengetahuan dan perkembangan global. Tidak bisa dipungkiri bahwa sekarang trend mode di Indonesia yang sedang berkembang ini banyak terpengaruh oleh budaya barat. ([www.andywlm.com](http://www.andywlm.com), diunduh pada 2 Agustus 2019)

Gaya rambut pun sekarang mengikuti dan menyesuaikan dengan trend fashion yang sedang berlangsung. Gaya rambut yang trend di tahun ini belum tentu di tahun depan akan tetap trend. Karena biasanya trend rambut akan berganti dari tahun ke tahun. Masyarakat lebih condong untuk mencocokkan gaya rambut dengan penampilan mereka. Dalam hal ini tidak hanya wanita yang memperhatikan penampilan rambut mereka, namun lelaki juga ikut memperhatikan penampilan rambut mereka. ([lifestyle.bisnis.com](http://lifestyle.bisnis.com), diunduh pada 2 Agustus 2019)

Semakin tingginya kesadaran pria Indonesia untuk berpenampilan menarik disetiap kesempatan, memberikan dampak positif pada

perkembangan barbershop di Indonesia. Nick melihat barbershop mulai menjamur di Indonesia sejak 2011. Kemunculan barbershop di Indonesia terinspirasi dari banyaknya barbershop di Amerika. Barbershop hadir di Indonesia pada saat yang tepat, karena selain menawarkan konsep layanan yang unik, nyaman dan menarik, pria di Indonesia juga memang sudah lama menantikan tempat grooming yang khusus untuk pria dengan service yang baik dan memuaskan. Namun tidak semerta-merta strategi yang diterapkan di Amerika bisa langsung di terapkan di Indonesia. Namun hal tersebut harus dikombinasikan dan disesuaikan dengan budaya setempat. Hal tersebut sudah terbukti, contohnya seperti layanan pijat setelah cukur. Barbershop di Amerika tidak memberikan layanan pijat sesudah cukur, hal tersebut hanya populer di barbershop di kawasan Asia. (www.cnnindonesia.com, diunduh pada 2 Agustus 2019)

Sekitar awal abad 20 sendiri industri barbershop mulai berdiri di wilayah Amerika Serikat. Associated Master Barbers of America dan National Association of Barber school adalah 2 organisasi formal yang mengatur profesi barbershop pada tahun 1920 sehingga membuat pertumbuhan usaha barbershop di Amerika Serikat tumbuh semakin pesat. Seiring berkembangnya teknologi pun kecepatan dan efisiensi mencukur juga semakin cepat dan baik, misalnya dengan penggunaan alat elektronik pendukung seperti Clipper dan Hair Dryer. (www.barberschool.id, diunduh pada 3 Agustus 2019)

Pada mulanya barbershop tidak hanya melayani jasa cukur rambut, melainkan juga bedah atau operasi, cabut gigi dan penyedotan darah dengan lintah. Hal itu juga yang mendasari kenapa barbershop identik dengan penggunaan tiang berwarna putih dengan warna merah dan biru yang berputar melilit, itu karena kebiasaan tukang sedot darah yang menjemur perban yang berlumur darah didepan klinik mereka kemudian perban tersebut tertiuap angin hingga berputar dan terlilit sehingga menimbulkan variasi warna merah dan putih. Lama kelamaan hal tersebut menjadi tanda pemberitahuan bahwa tempat tersebut adalah klinik barbershop. (www.barberschool.id, diunduh pada 3 Agustus 2019)

Seiring perkembangnya zaman, hal tersebut mulai dianggap menjijikkan bagi sebagian orang, oleh karena itu dibuatlah tiang putih yang di cat dengan warna merah dan biru sebagai pengganti perban yang digantung. Warna putih menggambarkan perban, warna merah menggambarkan aliran darah, dan warna biru menggambarkan pembuluh vena tempat darah disedot dan bulatan yang berada diatas tiang menggambarkan tempat penyimpanan lintah dan bulatan dibawah tiang sebagai wadah penampung darah.([www.barberschool.id](http://www.barberschool.id), diunduh pada 3 Agustus 2019)

Barbershop sendiri memiliki perbedaan dengan salon, dimana disini pria akan diperlakukan seperti pria. Layanan yang diberikan tentunya berbeda dibandingkan dengan apa yang diberikan salon. Mulai dari perlakuan yang didapatkan pengunjung ketika datang ke barbershop, perawatan yang diberikan khusus untuk kebutuhan pria. Perawatan yang diberikan seperti merawat atau menata rambut wajah seperti kumis dan jenggot yang spesial. Biasanya juga staff barbershop lebih memahami dengan detail gaya terkini rambut pria, mulai dari selebritas ternama hingga berdasarkan jenis lagu yang disukai. Semua hal tersebut bisa terjadi karena kesamaan pemikiran dan pola pikir pria. Bahkan konsumen pun tidak jarang untuk bertanya mengenai gaya rambut apa yang sesuai dengan muka dan penampilan mereka sehingga bisa menghasilkan potongan yang terbaik. ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com), diunduh pada 4 Agustus 2019)

Menurut Ion Akhmad yang merupakan seorang pakar penampilan pria, gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi bentuk rambut pria. Ion mengatakan "Gaya rambut seorang pria sebenarnya cerminan bagaimana gaya hidupnya, terutama terkait fleksibilitas. Misalnya, pria yang cenderung aktif biasanya menginginkan gaya rambut yang praktis". Selain aktivitas, menurut Ion gaya rambut pria juga akan dipengaruhi oleh bertambahnya usia dan juga jenis pekerjaan mereka yang akan mereka alami seiring berjalannya waktu. Berkonsultasi dengan *barberman* adalah salah satu upaya pria mencari gaya rambut yang tepat. "Namun rambut laki-laki itu [secara umum] ya pendek," kata Ion. "Kuncinya adalah rambut dan wajah saling mendukung. Perlu uji coba memang, tampilan wajah dan rambut memang harus saling mendukung." ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com), diunduh pada 4 Agustus 2019)

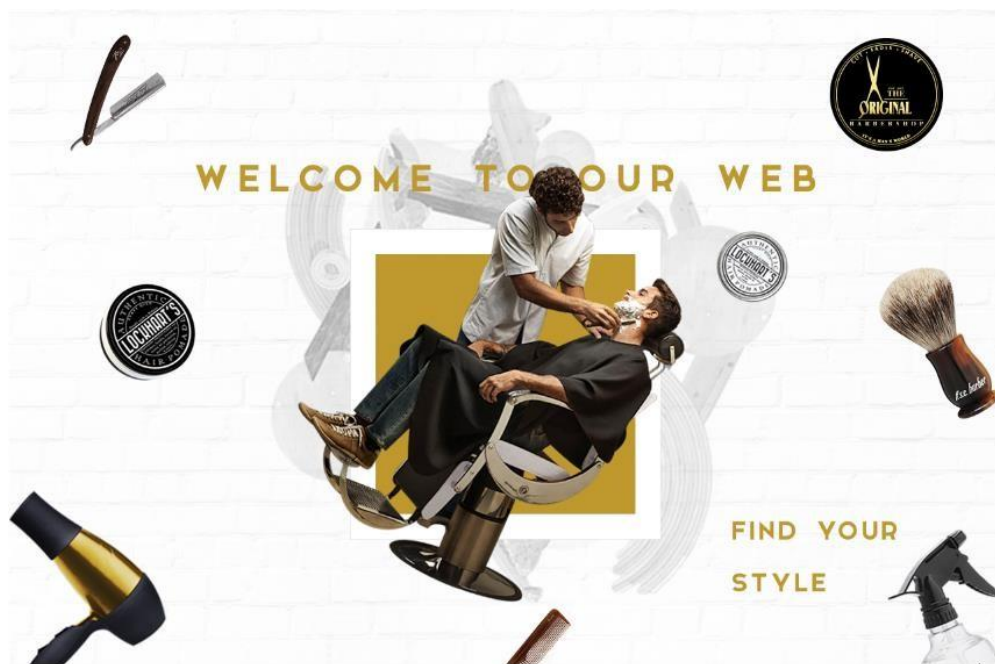
Barbershop yang booming di tahun 2011 akhirnya menjadi sebuah trend di kalangan pria. Hal tersebut dikarenakan *Barbershop* menggunakan konsep unik, yaitu tetap mengangkat kesan maskulin dari pangkas rambut, akan tetapi diberi sentuhan modern baik berupa alat maupun pengetahuan tren rambut pria terkini. Hal tersebut membuat pria yang sebelumnya hanya bisa melakukan perawatan rambut atau pangkas rambut di salon beralih ke barbershop yang memang dikhususkan untuk pria, sehingga bisa merasa lebih nyaman melakukan perawatan rambut tanpa kehilangan rasa maskulin mereka. (www.cnnindonesia.com, diunduh pada 4 Agustus 2019)

Rudy Hadisuwano yang merupakan penata rambut profesional sekaligus pemilik jaringan bisnis salon rambut dan kecantikan mengatakan bahwa tren barbershop di Indonesia melejit dan bahkan menggeser posisi salon dan tukang cukur tradisional sejak tiga tahun lalu. Hal tersebut menurutnya dikarenakan bercukur di barbershop sudah menjadi bagian gaya hidup dari kaum pria. Karena menurutnya salon bukan tempat cukur khusus pria dan tukang cukur tradisional juga tidak melayani creambath dan keramas. Tukang cukur tradisional pun juga dirasanya kurang profesional karena mereka rata-rata belajar secara otodidak berbeda dengan tukang cukur di barbershop yang mendapatkan keahlian dari kursus. Sehingga membuat pria lebih senang untuk datang ke barbershop dibandingkan dengan datang ke salon atau ke tukang cukur tradisional. (www.alinea.id, diunduh pada 4 Agustus 2019)

Barbershop sendiri umumnya ditemukan di kota-kota besar seperti di Jakarta, di Surabaya sendiri barbershop mungkin sudah ada namun belum termasuk kategori barbershop kelas premium. Baru sejak 2015 berdirilah The Original Barbershop yang didirikan di Surabaya tepat pada tanggal 1 Agustus 2015. The Original Barbershop sendiri memiliki layanan-layanan yang maksimal bagi para pria yang ingin tampil maksimal dalam setiap kesempatan. The Original Barbershop sendiri juga memiliki staff barbershop yang up to date terhadap gaya-gaya rambut terbaru masa kini. Akhirnya setelah membuka barbershop di Apartment Metropolis Surabaya, The Original Barbershop membuka cabang keduanya di Surabaya Townsquare. Tetap dengan mempertahankan konsep premiumnya, bahkan cabang yang berada di Surabaya Townsquare tersebut

memberikan kopi gratis bagi pengunjung agar tetap bisa merasa nyaman ketika menunggu. Akhirnya hal tersebut di terapkan juga pada The Original Barbershop yang berada di Apartment Metropolis. ([www.theoriginalbarbers.com](http://www.theoriginalbarbers.com), diunduh pada 4 Agustus 2019)

The Original Barbershop sendiri juga memiliki website yang bisa dikunjungi oleh masyarakat umum, sehingga memudahkan mereka untuk mengetahui jenis layanan apa saja yang disediakan oleh The Original Barbershop. Tampilan dalam website juga didesain semenarik mungkin sehingga membuat orang yang mengunjungi situs web tersebut tidak merasa bosan atau kesusahan dalam mengoperasikannya. Dalam website tersebut juga memberi tahukan tentang produk-produk rambut yang dijual disana. Produk-produk tersebut beragam, mulai dari pomade, powder, clay, dan masih banyak lagi. Promo-promo juga ikut disertakan dalam website tersebut sehingga memberi banyak sekali informasi bagi pengunjung website tersebut.



**Gambar 1.1** Tampilan website The Original Barbershop (Sumber: <http://www.theoriginalbarbers.com/>)

Selain informasi yang sudah disebutkan diatas, masih banyak lagi informasi yang bisa didapat dari sana. Seperti harga-harga setiap layanan yang tentunya memiliki tarif yang berbeda. Kemudian juga dalam website tersebut sang

pelanggan bisa melihat sendiri siapa saja tukang potong yang tersedia, sehingga memungkinkan kita untuk melakukan reservasi potong sesuai dengan tukang potong yang kita inginkan. Hal tersebut tentunya memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen yang mungkin tidak bisa dipotong oleh sembarang orang sehingga harus memilah terlebih dahulu. Dalam website tersebut juga dililhatkan mengenai suasana potong di The Original Barbershop sehingga pengunjung juga dapat memiliki bayangan bagaimana suasana potong rambut disana nantinya.



**Gambar 1.2 Suasana The Original Barbershop (Sumber: dokumentasi pribadi)**

The Original Barbershop memiliki banyak layanan yang diberikan, mulai dari mencukur rambut, jenggot, memotong rambut anak-anak dan juga orang tua. Disana juga diberikan pijat setelah potong dan juga memberikan handuk hangat bagi pengunjungnya yang sudah selesai potong. The Original Barbershop juga menawarkan kopi atau teh kepada pengunjungnya. Awalnya hal ini hanya dilakukan di The Original Barbershop cabang Surabaya Townsquare, namun sekarang pengunjung yang datang ke The Original Barbershop Apartment Metropolis juga akan mendapatkan perlakuan yang sama dengan yang diberikan di Surabaya Townsquare. Harga yang diberikan juga relatif terjangkau sehingga membuat banyak anak muda dan orang tua yang datang kesana untuk potong.

Suasana disana juga dibuat menyenangkan dengan lagu-lagu baru yang di mainkan dan juga disediakan air minum gratis bagi yang sedang menunggu teman yang potong, hal ini dikarenakan kopi dan teh hanya disediakan bagi yang potong saja.



**Gambar 1.3** Suasana The Original Barbershop (Sumber: dokumentasi pribadi)

Peneliti terdahulu menyatakan *experiential quality* yang baik akan semakin meningkatkan *experiential satisfaction*, sehingga *experiential quality* merupakan variabel penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan *experiential satisfaction* (Gallan et al., 2013). Peneliti-peneliti lain juga memberikan hasil penelitian berbeda yang menyatakan bahwa *experiential quality* tidak memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan *experiential satisfaction* (Dib and Alnazer, 2013; Bawa et al., 2013). Penelitian lanjutan dibutuhkan untuk eksplorasi lebih mendalam untuk mengetahui jawaban terhadap terjadinya perbedaan tersebut.

Menurut Gerrard dan Cunningham (2001) menunjukkan bahwa karyawan yang memberikan layanan mempunyai peran penting dalam membuat pelanggan puas. Karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan akan menjadi tolak ukur dalam kepuasan yang diterima oleh pelanggan, karena persepsi puas atau

tidak puasnya pelanggan akan bergantung pada pelayanan yang diterima pelanggan melalui karyawan tersebut. The Original Barbershop memiliki barberman yang melakukan pekerjaannya dengan totalitas, pelanggan yang potong disana tentunya akan berinteraksi langsung dengan barberman yang memotongnya. Barberman disana juga selalu mengajak berbicara pengunjung yang datang agar tidak merasa bosan ketika dipotong rambutnya. Barberman juga akan menawarkan untuk membuat kopi atau teh kepada pengunjung yang datang, sehingga membuat interaksi antara pengunjung dan barberman menjadi terjalin dan terasa lebih personal karena pengunjung akan merasa diperhatikan oleh barberman.

Menurut Ryu & Han (2009), dalam berbagai situasi, atmosfer dalam suatu tempat dapat menjadi sebuah aspek penting seperti produk yang dijual (makanan dan servis) dalam keputusan pembelian. The Original Barbershop tidak hanya menjual layanan yang maksimal saja tetapi juga memberikan suasana potong yang menyenangkan. Suasana yang ada disana dibuat nyaman dengan aksen-aksen coklat dan juga ruangan yang sejuk beserta wifi yang kencang. Hal tersebut membuat pengunjung The Original Barbershop menjadi semakin nyaman ketika berkunjung kesana karena pelayanan yang maksimal dibarengi dengan suasana yang menyenangkan dan memuaskan.

Outcome quality juga biasanya disebut sebagai penyampaian jasa, dimana penyampaian jasa merupakan cara menyediakan jasa pada kesempatan spesifik (specific occasion), termasuk di dalamnya role performances atau scripts menyangkut tahap-tahap penyampaian jasa dan ekspektasi terhadap peran karyawan dan pelanggan dalam interaksi jasa (Tjiptono & Chandra, 2005). Disini terbukti dengan adanya pelayanan dan tempat memuaskan membuat ekspektasi pelanggan terhadap barbershop premium The Original Barbershop menjadi terpenuhi. Karena The Original Barbershop juga memberikan harga yang relatif terjangkau bagi barbershop premium yaitu mulai dari 65.000 untuk potong rambut orang dewasa.

Menurut Miro, 2004, Tingkat aksesibilitas wilayah bisa ditentukan berdasarkan pada beberapa variabel yaitu ketersediaan jaringan jalan, jumlah alat transportasi, panjang, lebar jalan, dan kualitas jalan. The Original Barbershop



sendiri berada di tempat yang strategis dan berada di sebuah apartment yang tentunya banyak menyediakan sarana transportasi dan juga berada di tempat yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat.

### **1.2 Batasan Masalah**

Penelitian ini berupaya meneliti pengaruh *experiential quality* terhadap *behavioral intentions* melalui *percieved value*, *trust*, dan *experiential satisfaction* pada pelanggan The Original Barbershop di Surabaya. Di samping itu, pengumpulan informasi dalam penelitian ini hanya terbatas pengunjung The Original Barbershop, dengan rentang usia responden adalah 18 – 60 tahun dan juga pernah memotong rambut di The Original Barbershop minimal 1 kali dalam 3 bulan terakhir, sehingga responden yang dipilih sesuai dengan yang diharapkan. Data kuisioner yang terpilih selanjutnya akan ditabulasi dan diolah.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *experiential quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?
2. Apakah *experiential quality* berpengaruh signifikan terhadap *trust* pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?
3. Apakah *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intension* pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?
4. Apakah *trust* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?
5. Apakah *experiential satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah dan batasan masalah diatas, maka tujuan dibuatnya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meneliti dan menganalisa experiential quality berpengaruh signifikan terhadap perceived value pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya
2. Meneliti dan menganalisa experiential quality berpengaruh signifikan terhadap trust pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?
3. Meneliti dan menganalisa experiential quality berpengaruh signifikan terhadap experiential satisfaction pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?
4. Meneliti dan menganalisa experiential quality berpengaruh signifikan terhadap behavioral intentions pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?
5. Meneliti dan menganalisa perceived value berpengaruh signifikan terhadap behavioral intentions pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?
6. Meneliti dan menganalisa trust berpengaruh signifikan terhadap behavioral intentions pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?
7. Meneliti dan menganalisa experiential satisfaction berpengaruh signifikan terhadap behavioral intentions pada pengunjung The Original Barbershop di Surabaya?

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian yang telah disebutkan diatas, maka manfaat penelitian yang ingin dicapai yaitu:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat depergunaan sebagai studi banding oleh peneliti lain yang ingin meneliti masalah yang sama, serta kemungkinan pengembangannya baik dari segi objek yang diteliti maupun variabel yang akan digunakan di masa mendatang. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi

atau kajian yang memperkaya peneliti berikutnya maupun para pembelajar dalam mengembangkan penelitian maupun studinya.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

#### 1 Bagi Penulis

Bermanfaat langsung dalam memperluas pandangan serta menambah pengetahuan tentang *Experiential Quality* terhadap *Behavioral Intentions* melalui *Percieved Value*, *Trust*, dan *Experiential Satisfaction* berkaitan dengan sebuah produk.

#### 2 Bagi perusahaan produsen produk

Diharapkan mampu menjadi bahan masukan dalam membangun *Experiential Quality* terhadap *Behavioral Intentions* melalui *Percieved Value*, *Trust*, dan *Experiential Satisfaction* yang baik agar mampu mencapai target pasar yang diinginkan.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Penelitian ini dijasikan alam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagaiberikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TUJUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini menjelaskan mengenai telaah pustaka dan hipotesis yang menjadi dasar dalam penyusunan proposal. Telaah pustaka dan hipotesis akan dipergunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis dan sebagai dasar pembahasan untuk memberikan konklusi, implikasi dan rekomendasi.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variable juga metode analisis data.

**Bab IV: Analisis Data dan Pembahasan**

Berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Traveloka; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

**Bab V: Kesimpulan**

Berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.