

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi tahun 2011 ini, kepedulian masyarakat terhadap gaya hidup semakin meningkat. Hal ini menyebabkan semakin berkembangnya industri jasa kecantikan rambut atau yang lebih dikenal dengan istilah salon. Pertumbuhan salon di Indonesia menunjukkan iklim yang positif terhadap perkembangan industri jasa kecantikan rambut. Pada tahun 2009, diperkirakan pertumbuhan usaha di bidang jasa kecantikan di Indonesia dapat mencapai hingga 25% tiap tahunnya (Salon Indonesia, 2009).

Dinamika gaya hidup (*life style*) masyarakat Surabaya sudah mulai mengikuti ibukota Indonesia yaitu Jakarta. Di lain sisi, wanita adalah pasar yang senantiasa berkembang karena wanita selalu memperhatikan kecantikan. Tidak dapat dipungkiri jika jasa kecantikan salon identik dengan wanita, dan pada kenyataannya salon lebih didominasi oleh pelanggan wanita (Salon Indonesia, 2009). Ini menunjukkan bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan wanita terutama kecantikan dapat selalu mendatangkan keuntungan (<http://www.entrepreneurmuda.com>). Bisnis kecantikan tidak akan pernah berhenti karena permintaan pasar yang terus berkembang. Besarnya keuntungan yang dapat diperoleh dari bisnis kecantikan menyebabkan semakin banyaknya pelaku bisnis yang bergelut di dalamnya. Banyak pemodal menjalankan bisnis kecantikan, karena menjanjikan dan minat pasar akan jasa kecantikan makin tinggi (Kotler, 2009).

Salah satu bisnis kecantikan yang berkembang dengan pesat di Surabaya adalah jasa salon (Indo Pos, 12 November 2008). Prospek bisnis salon makin cerah oleh karena permintaan pasar yang makin pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah salon yang bervariasi dari salon profesional hingga salon sederhana. Salon-salon yang terdapat di Surabaya antara lain Alex's Salon, Shinjuku Salon, My Salon, Martin Salon, Vie Salon, Hikaru Salon, Rota Salon, Iwan Salon, Arie & Harry, Johny Andrean, Nora Salon, Sansan Salon, Tintin Salon, dan salon-salon lainnya ([www.indogamers.com](http://www.indogamers.com)).

Salah satu salon di Surabaya yang dapat mempertahankan keberadaannya di tengah ketatnya persaingan yaitu Alex's Salon. Alex's Salon merupakan salah satu salon ternama di Surabaya. Alex's Salon didirikan pada tahun 1975. Bisnis ini diawali dengan ketertarikan seorang pemuda bernama Alexander Soetiawan di bidang seni kecantikan tata rias rambut. Alexander membuka Salon kecil – kecilan di rumahnya Jalan Kedungdoro Surabaya. Dari tahun ke tahun, salon tersebut menjadi semakin ramai akan pengunjung, akhirnya Alexander pun mengembangkan bisnisnya Jalan Embong Kenongo 64 Surabaya. Alex's Salon Embong Kenongo yang keberadaannya sudah lebih dari 30 tahun ini menjadi semakin tenar di kalangan masyarakat sehingga untuk mengantisipasi ramainya konsumen yang datang, Alex's Salon Embong Kenongo per akhir Desember 2010 mempekerjakan 46 karyawan. Untuk mengembangkan bisnisnya, Alex's Salon membuka 9 cabang di berbagai wilayah di Surabaya yang operasionalnya bekerja secara independen karena bisnis ini merupakan bisnis keluarga. Sedangkan Alex's Salon yang berada di luar Surabaya adalah *franchise*.

**Tabel 1.1**  
**Peningkatan Jumlah Pengunjung Alex's Salon Embong Kenongo Surabaya**

Tahun	2006	2007	2008	2009	2010
Jumlah pengunjung	12.874 orang	15.986 orang	16.811 orang	19.236 orang	24.356 orang

Sumber : data Alex's Salon, diolah

Dari tabel di atas dapat terlihat peningkatan pengunjung di Alex's Salon Embong Kenongo Surabaya. Peningkatan ini terlihat dari jumlah pengunjung pada tahun 2006 sebanyak 12.874 orang menjadi 15.986 orang. Serta pada tahun 2008 terjadi peningkatan sebanyak 16.811 orang menjadi 19.236 pada tahun 2009. Selanjutnya, pada tahun 2010 terjadi peningkatan sebanyak 5.120 orang. Ini menunjukkan konsistensi dari Alex's Salon dalam mempertahankan konsumennya di tengah ketatnya persaingan antar salon yang terjadi di Surabaya.

Alex's Salon Embong Kenongo harus memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor untuk memuaskan konsumen. Dalam usaha jasa salon, pemenuhan akan kebutuhan dapat di peroleh melalui pelayanan yang berorientasi terhadap pelayanan atau servis, sehingga kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) di dalam suatu usaha salon merupakan hal utama yang difokuskan oleh para pengusaha yang bergerak dibidang jasa kecantikan.

Alex's Salon Embong Kenongo berkewajiban untuk selalu meningkatkan bentuk pelayanan kepada konsumen dan juga harus dapat memberikan pelayanan terbaik untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar memenuhi keinginan konsumen (Lovell, 2004). Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa kecantikan untuk selalu memperhatikan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2003). Konsumen menilai kualitas pelayanan dengan cara membandingkan apa yang mereka mau atau harapan dengan apa yang mereka persepsikan setelah mendapatkan pelayanan (Berry dan Parasuraman, 1995).

Alex's Salon Embong Kenongo juga perlu membentuk hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan sehingga perusahaan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan menyediakan pilihan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan mereka. Ishak (1996) menyatakan bahwa jika perusahaan ingin tetap bertahan atau mengembangkan usahanya dalam industri yang sudah dipilihnya, maka mereka dituntut harus mampu merebut hati pasar sasaran. Karena saat ini konsumen mulai memiliki banyak pilihan produk, hanya produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang dapat bertahan dalam persaingan. Hanya perusahaan yang berwawasan pada pelanggan yang akan tetap hidup karena dapat menciptakan nilai yang lebih unggul dibanding dengan pesaing-pesaingnya (Ellitan, 1999).

Berdasarkan pembahasan di atas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dan hubungan yang dekat dengan pelanggan dapat memberikan kepuasan sehingga berpengaruh terhadap minat beli ulang pelanggan yang harus terus ditingkatkan oleh Alex's Salon Embong Kenongo untuk terus berkembang demi kemajuan dan keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan pada tabel 1.2 dapat diketahui bahwa terdapat indikasi variabel *Service Quality*, *Customer Relationship Management*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Repetitive Buying* di Alex's Salon Surabaya.

**Tabel 1.2**  
**Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Repetitive Buying* di Alex's Salon Surabaya**

No.	Pernyataan	Konseptual
1	a. Karyawan sangat cepat dalam melayani. b. Karyawan memiliki skill sesuai bidangnya masing-masing. c. Karyawan dapat memberikan solusi yang terbaik. d. Karyawan mau mengambil tindakan apabila hasil tidak sesuai dengan harapan pelanggan. e. Karyawan bijaksana dalam menerima kritik dan saran. f. Karyawan paham mengenai semua produk dan jasa yang ada.	<i>Service Quality</i>
2	a. Pemberian bonus dan voucher membuat pelanggan puas. b. Program membership membuat pelanggan senang. c. Media promosi yang biasa dilakukan oleh Alex's Salon seperti di koran memberikan informasi lebih kepada pelanggan.	<i>Customer Relationship Management</i>
3	a. Alex's Salon dapat memberikan layanan dengan baik. b. Proses jasa dan layanan di Alex's Salon sesuai harapan.	<i>Customer Satisfaction</i>
4	a. Pelanggan merekomendasikan Alex's Salon kepada saudara dan teman. b. Pelanggan kembali menggunakan jasa Alex's Salon.	<i>Repetitive Buying</i>

Sumber: data Alex's Salon, diolah

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fakta-fakta yang telah dikemukakan dan survei pendahuluan pada tabel 1.2 menunjukkan suatu fenomena bisnis bahwa *Service Quality*, *Customer Relationship Management*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Repetitive Buying* di Alex's Salon Surabaya.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi dengan variabel-variabel tertentu, yaitu : *Service Quality*, *Customer Relationship Management*, *Customer Satisfaction*, dan *Repetitive Buying*. Dalam penelitian ini tidak dilakukan pengamatan terhadap faktor-faktor lingkungan, budaya dan faktor pribadi berupa umur, pekerjaan serta keadaan ekonomi dengan pertimbangan berikut:

1. Faktor-faktor lingkungan berupa faktor ekonomi, politik, teknologi dan budaya dihadapi secara bersama-sama oleh pembeli di wilayah kota Surabaya, yang dapat dikatakan bersifat homogen.

2. Faktor berupa kebudayaan, diasumsikan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang di Alex's Salon Surabaya.

Faktor internal pembeli berupa pribadi yang terdiri dari umur, pekerjaan dan keadaan ekonomi sudah ditentukan di dalam karakteristik populasi yaitu berumur 18-40 tahun yang disebut dengan masa dewasa dini dimana pada masa tersebut diasumsikan pembeli berpenghasilan tertentu yang mampu untuk menggunakan jasa Alex's Salon di Surabaya tanpa perlu pendapat orang lain sehingga dapat diasumsikan homogen.

Pertimbangan-pertimbangan ini juga didukung survei pendahulu pada tabel 1.2 dimana faktor eksternal yaitu lingkungan dan faktor internal yaitu kebudayaan dan pribadi yang berupa umur, pekerjaan serta keadaan ekonomi tidak digunakan sebagai faktor yang diteliti dalam penelitian tersebut. Penelitian ini dilakukan terhadap para pengguna jasa di Alex's Salon Surabaya dan diselenggarakan pada bulan Agustus 2011.

Apabila faktor yang mempengaruhi konsumen dalam *Repetitive Buying* di Alex's Salon telah diketahui, selanjutnya dikaji pula atribut-atribut pada faktor tersebut. Dengan demikian dapat diketahui atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan *Repetitive Buying* di Alex's Salon Surabaya.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah, maka penelitian ini berusaha untuk menjawab masalah-masalah penelitian yaitu : Apakah *Service Quality*, *Customer Relationship Management*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Repetitive Buying* di Alex's Salon Surabaya?

Sedangkan perumusan masalah secara spesifik yaitu: (1) Apakah *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?; (2) Apakah *Customer Relationship Management* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?; (3) Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Repetitive Buying*?

### 1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) Untuk menggali dan mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi terjadinya minat beli ulang di Alex's Salon Surabaya; (2) Untuk menggali dan mengetahui hubungan kausalitas dalam variabel kualitas pelayanan dan *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan konsumen; (3) Untuk menggali dan mengetahui hubungan kausalitas dalam variabel kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dan data ilmiah untuk melakukan *Research & Development* penggunaan jasa di Alex's Salon Surabaya; sebagai masukan bagi manajemen Alex's Salon untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor dan atribut apa saja yang menstimulasi konsumen untuk mengambil keputusan minat beli ulang dalam rangka untuk menetapkan strategi jangka panjang badan usaha yang berkaitan dengan penggunaan jasa. Juga sebagai masukan bagi investor yang ingin menanamkan modalnya pada industri jasa salon agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

### 1.6 Pengorganisasian Penulisan

Agar penelitian ini dapat dibaca dengan baik, maka penelitian ini ditulis secara sistematis dengan dibagi dalam lima bagian, yaitu:

**BAB I** : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan secara singkat tentang latar belakang permasalahan, identifikasi permasalahan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

**BAB II** : Telaah Pustaka

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori *Service Quality*, *Customer Relationship Management*, *Customer Satisfaction*, dan *Repetitive Buying*, model penelitian, alur berpikir, dan hipotesis.

**BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan tentang metode dan jenis penelitian, variabel dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, target dan karakteristik populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, prosedur pengumpulan data, aras dan skala pengukuran, serta pengolahan data.

**BAB IV : Analisis Data**

Bab ini menguraikan tentang data deskriptif, proses dan hasil analisis data, evaluasi normalitas data, evaluasi *outliers*, evaluasi *multicollinearity* dan *singularity*, analisis faktor konfirmatori variabel eksogen dan endogen, analisis *full structural equation modelling*, pengujian terhadap nilai residual, uji *reability* dan *variance extract*, pengujian hipotesis, serta pembahasan.

**BAB V : Ringkasan, Kesimpulan, Implikasi, dan Penelitian yang Akan Datang**

Bab ini menguraikan tentang ringkasan penelitian, kesimpulan atas hipotesis, kesimpulan atas masalah penelitian, implikasi teoritis, implikasi manajerial, serta penelitian yang akan datang.