

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi tren musik pop dari Korea telah masuk ke Indonesia dan sering di kenal dengan sebutan *Korean Wave*. Sejak 2009, demam dan fenomena K-Pop di Indonesia terus bertambah dan dampaknya sungguh luar biasa. Perubahan budaya terjadi secara luas, termasuk di dalamnya pergeseran selera musik, jenis tontonan masyarakat, maupun tren dunia *fashion*. Maraknya tren tersebut terutama berasal dari penyanyi Korea yang biasa disebut sebagai *K-Pop* (Nagaswara, 2012).

Maraknya perkembangan budaya tersebut juga berimbas pada dunia kecantikan. Hal ini disebabkan oleh masuknya tren global yang dimulai dari negara-negara Asia seperti Korea Selatan yang sebagian besar *entertainer*-nya berpenampilan menarik, mulai dari rambut, *make-up*, sampai *style* pakaian, sehingga masyarakat terutama para pemuda-pemudi ingin meniru penampilan dari idola anak muda tersebut. Perkembangan dunia kecantikan tersebut berdampak pada perkembangan industri salon kecantikan (Okezone,2012).

Berdasarkan hasil *pre-interview* yang dilakukan oleh penulis dengan pemilik salon salah, satu dampak pada perkembangan industry salon kecantikan juga berdampak pada industri salon kecantikan rumahan yang dapat dilihat melalui contoh gambar *entertainer* dari Korea yang dijadikan sebagai model potongan rambut atau warna rambut yang biasanya ditempel pada dinding-dinding salon rumahan tersebut. Ardedia Salon merupakan salah satu contoh salon rumahan. Bertempat di daerah Manukan Lor, Surabaya Barat, Ardedia salon telah berdiri sejak tahun 1990 dan sudah cukup dikenal oleh masyarakat sekitar. Namun sejak maraknya tren dunia kecantikan, mulai bermunculan pesaing yang juga membuka salon rumahan seperti Salon Ungu, Salon FangQ, Salon La Wina, Salon Isabella, dan lain-lain. Salon-salon tersebut juga merupakan salon rumahan dan tempatnya terletak tidak terlalu jauh dari Ardedia salon. Salon-salon tersebut juga berlomba-lomba memberikan fasilitas yang lebih baik daripada Ardedia salon

seperti ruangan ber-AC, karyawan yang lebih banyak sehingga waktu tunggu tidak terlalu lama.

Fenomena tentang tren yang marak tersebut telah mempengaruhi sebuah usaha untuk dapat bertahan dalam persaingan baik usaha besar maupun usaha kecil-menengah seperti salon rumahan karena tujuan akhir dari suatu usaha adalah untuk dapat bertahan dengan memperhatikan kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Jadi, semua ini tergantung bagaimana cara pemilik mengemas, menjelaskan dan mempengaruhi masyarakat sekitar tentang usaha yang dikelola melalui pendekatan-pendekatan kepada konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Kualitas layanan merupakan hasil dari perbandingan yang dibuat oleh pelanggan antara harapan tentang pelayanan dan persepsi dengan cara layanan tersebut dilakukan (Caruana, 2002). Kualitas layanan juga dapat didefinisikan sebagai tingkat kesenjangan antara harapan normatif pelanggan untuk layanan dan persepsi pelanggan tentang kinerja pelayanan perusahaan jasa (Parasuraman et al., 1988). Definisi dari kualitas layanan telah dikembangkan lebih jauh menjadi evaluasi keseluruhan dari sebuah perusahaan jasa tertentu yang merupakan hasil perbandingan kinerja perusahaan dengan harapan pelanggan secara umum tentang bagaimana seharusnya kinerja perusahaan tersebut dilakukan (Parasuraman et al., 1988).

Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang baik penting diterapkan, hal ini sesuai dengan pernyataan Sureshcandar et al. (2003) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Maka, maksud pernyataan dari Sureshcandar et al. (2003) tersebut adalah semakin tinggi kualitas yang dapat diberikan produsen yaitu dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada masing-masing konsumen dengan memperlakukan semua konsumen yang datang sama rata tanpa memandang latar belakang konsumen seperti kekayaan, status sosial, dan lain-lain, maka konsumen yang mendapatkan layanan akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kesetiaan pelanggan sangat erat, hal ini disebabkan karena kepuasan pelanggan sudah sering disarankan untuk

menjadi penentu utama kesetiaan (Lam & Burton, 2006). Ehigie (2006) menyarankan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bertindak sebagai mediator antara kualitas layanan dan kesetiaan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Caruana *et al.* (2000;2002) dalam Kheng *et al.*, (2010) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan dan secara signifikan mendorong pelanggan untuk setia. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Boulding *et al.* (1993) menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kualitas layanan dengan keinginan untuk mengkonsumsi ulang dan keinginan untuk merekomendasikan kepada pihak lain, yang merupakan indikator dari kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan *pre-interview* yang telah dilakukan oleh penulis dengan pemilik dan pelanggan Ardedia salon diperoleh fenomena bahwa ada kecenderungan pelanggan mencoba sesekali bertukar salon, namun ketika pelanggan merasa kecewa dengan hasil yang diperoleh dari salon baru tersebut maka pada akhirnya pelanggan kembali menggunakan jasa Ardedia salon karena sudah merasa cocok dengan hasil layanan dari Ardedia salon sehingga akan terus menggunakan jasa dari Ardedia salon.

Hasil *pre-interview* tersebut tidak dapat dijadikan kesimpulan akan fenomena yang terjadi, karena belum dilakukan secara ilmiah. Atas dasar tersebutlah berdasarkan fenomena dan paparan teoritis yang telah dikemukakan oleh penulis, maka penulis mengajukan penelitian dengan judul: “Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan kesetiaan pelanggan Ardedia Salon di Surabaya.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian yang dilakukan telah dibatasi ke dalam beberapa kategori agar penelitian ini dapat lebih fokus ke pokok permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini, variabel yang diteliti adalah kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kesetiaan pelanggan. Obyek penelitian yang digunakan adalah Ardedia salon. Penelitian ini akan dilakukan selama periode September-November 2012.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan pelanggan Ardedia salon di Surabaya?
2. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas layanan dan kesetiaan pelanggan Ardedia salon di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan pelanggan Ardedia salon di Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas layanan dan kesetiaan pelanggan Ardedia salon di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya perkembangan ilmu pengetahuan mengenai kualitas layanan, kepuasan dan kesetiaan pelanggan khususnya untuk industri dunia kecantikan dalam hal ini salon.

Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian dengan objek atau masalah yang sama ataupun berbeda di masa yang akan datang, maupun dapat digunakan untuk penelitian lanjutan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi Ardedia salon, hasil penelitian ini bermanfaat sebagai evaluasi dan pengamatan terhadap persepsi konsumen sehingga Ardedia salon dapat mengetahui persepsi kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dan pada akhirnya mengarah pada terciptanya kesetiaan pelanggan. Penelitian ini juga bermanfaat bagi Ardedia salon dalam mengembangkan kreatifitas untuk meningkatkan kualitas layanan agar dapat terus bertahan di pasar yang semakin

hari semakin banyak pesaing yang muncul baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat sebagai kesempatan untuk menerapkan teori-teori diperoleh selama perkuliahan dan mencoba membandingkannya dengan praktek yang ada di lapangan dan menambah pemahaman penulis tentang seberapa besar pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan dan kesetiaan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang uraian mengenai teori-teori ataupun informasi relevan lainnya yang digunakan untuk menganalisis penelitian sehingga dapat memecahkan masalah yang terjadi. Teori-teori tentang kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kesetiaan pelanggan ini digunakan untuk membantu di dalam perumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan menjabarkan model penelitian, metode pemilihan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang berisi pengujian hipotesis dan analisis regresi *path analysis*.

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

Bab ini akan menganalisis data-data yang telah diperoleh. Analisis berdasarkan pada teori yang berkaitan dengan variabel-variabel yang berkaitan dengan penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Dalam bab ini akan merangkumkan suatu kesimpulan yang merupakan ikhtisar dari bab-bab sebelumnya dan saran yang dapat diberikan untuk penelitian-penelitian yang serupa selanjutnya.