

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

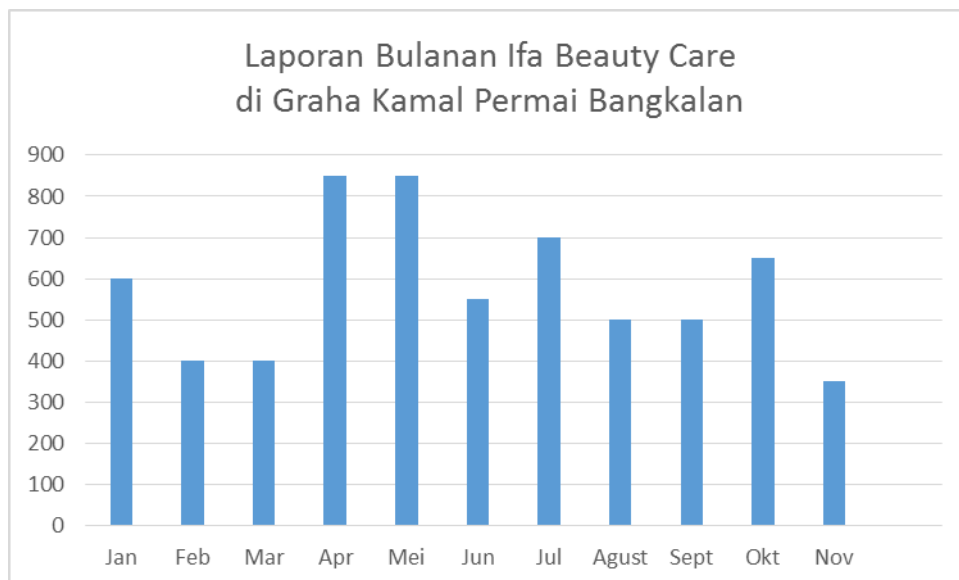
Seiring dengan berkembangnya zaman pada saat ini yang semakin pesat, perawatan kecantikan kini telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita. Maka dari itu perawatan kecantikan di Indonesia mengalami kenaikan yang sangat pesat, karena perawatan kecantikan termasuk dalam perawatan diri yang dapat meningkatkan kepercayaan diri. Dan ini akan membuat kaum wanita rela mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk melakukan perawatan kecantikan.

Dalam keasadaran kaum wanita akan kecantikan dan perawatan kini semakin berkembang. Dapat dilihat dari banyaknya wanita yang senantiasa untuk dapat menjaga penampilannya terutama dari segi kebersihan wajah dan tubuh. Situasi ini mendorong supaya salon Ifa Beauty Care untuk terus memberikan inovasi untuk menciptakan dan memberikan perawatan yang berkualitas yang divari oleh pelanggan

Ifa Beauty Care merupakan salon kecantikan yang berlokasi di Graha Kamal Permai Bangkalan. Salah satu tujuan dibentuknya salon kecantikan Ifa Beauty Care ialah ingin menjadikan para pengunjung atau konsumen menikmati pelayanan yang disediakan berupa perawatan kecantikan untuk segala jenis masalah di wajah. Sebagai salon kecantikan, Ifa Beauty Care harus bisa memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan pelanggan dengan dokter yang telah berpengalaman dibidang kecantikan dengan menggunakan

teknologi dan peralatan serta suasana nyaman dari proses pelayanan yang diberikan untuk pelanggan.

Permasalahan yang dihadapi yaitu karena pembatalan secara sepihak dikarenakan pemilik Ifa Beauty Care pelayanan tidak sesuai dengan janji. Sehingga persaingan yang semakin ketat dalam salon kecantikan membuat pemilik Ifa Beauty Care ini mengalami naik turun atau ketidakstabilan omset pada tahun 2021, dapat dilihat dari data berikut ini :



Gambar 1 Laporan Bulanan Ifa Beauty Care

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Dari data grafik di atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan dari salon Ifa Beauty Care ini mengalami naik turun atau ketidakstabilan pada omset seperti halnya pada bulan Januari salon Ifa Beauty Care ini mengalami peningkatan karena pada bulan tersebut bertepatan pada awal tahun dimana masyarakat sedang merayakan perayaan tahun baru sehingga salon Ifa Beauty Care mengalami peningkatan. Disusul bulan Februari hingga Maret tampak salon Ifa Beauty Care mengalami penurunan karena pada bulan Februari dan Maret

terjadinya PPKM sehingga semua masyarakat di himbau untuk tidak pergi keman-mana dan masyarakat malas keluar untuk pergi mengunjungi salon Ifa Beauty Care sehingga bulan tersebut salon Ifa Beauty Care mengalami penurunan. Pada bulan April ke Mei salon Ifa Beauty Care kembali naik dikarenakan pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan puasa dan Idul Fitri dimana semua masyarakat ingin kelihatan lebih cantik dan menarik di hari kemenangan di Idul Fitri. Pada bulan Juni salon Ifa Beauty Care menurun karena hari raya Idul Fitri sudah berlalu, selanjutnya pada bulan Juli bertepatan dengan hari idul adha dimana masyarakat ingin tampil beda supaya lebih menarik lagi, selanjutnya pada bulan Agustus dan September mengalami penurunan karena Idul Adha sudah berlalu dan masyarakat jarang mengunjungi salon Ifa Beauty Care dikarenakan janjinya yang selalu diingkari oleh pemilik sehingga pelanggan dengan alasan uangnya sudah habis karena sudah digunakan untuk keperluan di hari Idul Adha kemarin sehingga tidak mengunjungi salon Ifa Beauty care tersebut, disusul bulan Oktober mengalami kenaikan karena bulan Oktober bertepatan dengan Maulid Nabi masyarakat ingin kelihatan lebih cantik meskipun keliling rumah tetangga dan bulan November mengalami penurunan dikarenakan bulan tersebut pelanggan menghubungi pemilik salonnya tetapi balasan dari pemiliknya lama sehingga pelanggan membatalkannya.

Dari penjelasan yang ada di atas dapat kita simpulkan bahwa masalah pada naik turunnya omset dikarenakan salon Ifa Beauty care yang memberikan layanan tidak sesuai dengan janji sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan karena kepuasan pelanggan itu sangat penting karena bisa meningkatkan keuntungan bagi sebuah usaha.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci yang wajib dimiliki oleh perusahaan, baik yang baru memulai usaha atau yang sudah bertahun-tahun menerjuni dunia bisnis. Kualitas pelayanan sangat penting dipahami karena berdampak langsung pada citra sebuah usaha yang dimana kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan usaha. Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan pelanggan atau konsumen, artinya layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para pelanggan atau konsumen. Kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan atau konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan. Menurut (Tjiptono, 2012) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, bahwa konsep kualitas pelayanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas pelayanan. Sedangkan menurut Tjiptono (2009:98) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan.

Kepuasan pelanggan sangat penting karena bisa membangun bisnis lebih maju untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan, kepuasan pelanggan telah menjadi konsep penting dalam sebuah bisnis dan manajemen. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah

mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan, perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Kepuasan pelanggan lebih mengarah pada perasaan senang atau kecewa dari pelanggan atau konsumen yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang dipikirkan dengan apa yang diharapkan. Secara singkat kepuasan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan pelanggan atau konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Kepuasan pelanggan menjadi faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Sering kali perusahaan mengesampingkan kepuasan pelanggan dan mengutamakan tingkat volume penjualan. Menurut Kotler (2000:36) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi kesannya terhadap hasil kinerja suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ifa Beauty care di Graha Kamal Bangkalan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan, maka rumusan masalah yang akan di teliti yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Ifa Beauty Care di Graha Kamal Permai Bangkalan ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Ifa Beauty Care di Graha Kamal Permai Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dilakukan maka tujuan pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Ifa Beauty Care di Graha Kamal Permai Bangkalan
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Ifa Beauty Care di Graha Kamal Permai Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini yaitu :

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi dan menambah pengetahuan, pemahaman wawasan tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kesesuaian fakta di lapangan dengan teori yang sudah didapatkan.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran serta dapat digunakan sebagai informasi dan referensi bagi para akademisi untuk keperluan studi dan penelitian selanjutnya.