

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pelayanan jasa, promosi, harga, dan kepuasan konsumen adalah peran penting yang saling tumpang tindih dalam pemasaran pada suatu perusahaan. Merupakan salah satu negara yang mempunyai populasi terpadat di dunia, Indonesia sebagai salah satu negara yang sedang berkembang, merupakan salah satu pangsa pasar yang potensial dibidang pemasaran jasa. Itulah kenapa *pelayanan jasa, promosi, harga, dan kepuasan konsumen* dipilih untuk diteliti karena kemajuan untuk bertahan hidup bagi sebuah usaha yang bergerak dibidang pemasaran seperti salon, sangat ditentukan oleh *pelayanan* yang diberikan, strategi *promosi* yang dilakukan, penentuan *harga* yang sesuai, sehingga mendapatkan nilai *kepuasan* dari konsumen tersebut.

Konsumen yang puas terhadap suatu perusahaan cenderung akan kembali, hal ini berarti *pelayanan jasa, promosi, harga*, adalah kunci utama untuk mendapatkan *kepuasan konsumen* terhadap perusahaan yang didirikan. Dalam hal ini perusahaan harus memiliki strategi pemasaran agar mampu bersaing dengan produsen lain yang produk dan jasanya menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan sehingga mengakibatkan jadi tidaknya suatu pembelian.

Pada era globalisasi ini, perkembangan dalam dunia bisnis menyebabkan perdagangan bebas setiap perusahaan mengalami peningkatan namun juga tidak lepas dengan persaingan ketat yang menyebabkan adanya beberapa faktor yang dapat berperan agar tidak ketinggalan daya saing, agar dapat menuntut kinerja yang

maksimal dari perusahaan agar mampu bersaing dan bertahan dengan pasar. Suatu perusahaan yang ingin mencapai kesuksesan dan kelancaran dalam menjalankan persaingan bisnis ialah yang bisa mempertahankan dan menciptakan kepercayaan konsumen, dalam menciptakannya perusahaan harus berusaha dengan maksimal untuk memenuhi, serta menghasilkan barang dan jasa yang tentu saja sesuai dengan keinginan konsumen yang berorientasi pada kepuasan konsumen.

Jasa dapat diartikan ialah aktivitas yang dilaksanakan seseorang atau organisasi untuk memberikan manfaat bagi pelanggan menurut Wijaya (2018:2). Sedangkan yang dimaksud pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2000:58-59), adalah suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya pelanggan mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Kepuasan konsumen dapat dicari apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapatkan pelayanan yang dirasa konsumen cukup baik.

Kepuasan konsumen sangatlah berpengaruh besar terhadap kemajuan, perkembangan, dan pertumbuhan suatu perusahaan sebagai tanggung jawab terhadap peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen yang diterapkan pada interaksi dan komunikasi yang efektif dalam menangani keluhan pada konsumen. Itu sebabnya pelayanan serta hasil yang diberikan kepada konsumen tersebut harus berkualitas.

Saat ini perkembangan bisnis di kota Rantauprapat mengalami peningkatan persaingan yang cukup ketat. Salah satu bisnis tersebut adalah di bidang kecantikan, banyak salon kecantikan yang telah berdiri dan berkembang di kota Rantauprapat.

Maka dalam hal ini, penulis akan melakukan penelitian di salah satu salon treatment yang sedang berdiri di kota Rantau prapat, kecamatan Rantau Utara, kabupaten Labuhan Batu yaitu *Bonhica Home Beauty*. Salon ini berdiri sejak tahun 2021, yang mana salon ini terkenal dengan hasil *Shading Alis* nya, owner salon ini telah melihat daerah Rantau prapat adalah tempat yang strategis untuk membuka salon *treatment* terutama dibagian *Shading*, itu karena belum ada salon *treatment* dibagian *Shading* yang hasilnya memuaskan, dalam salon treatment ini ada seorang owner yang sudah bersertifikat.

Tabel 1.1 Data Jumlah Kunjungan Konsumen Tahun 2021

Bulan	Jumlah Kunjungan
Januari	65
Februari	78
Maret	60
April	70
Mei	87
Juni	90
Juli	92
Agustus	100
September	121
Oktober	106
November	125
Desember	145

Sumber: Data Pengunjung Bonhica Home Beauty

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa pada tahun 2021 jumlah pengunjung mengalami peningkatan dan penurunan disetiap bulannya. Pada bulan Desember dimana pengunjung terbanyak di tahun 2021, dan pada bulan Maret jumlah pengunjung lebih sedikit dibandingkan dengan bulan-bulan yang lain.

Dengan jumlah pengunjung yang cukup banyak menunjukkan bahwa *Bonhica Home Beauty* di minati oleh masyarakat. Dimana harga dan kualitas pelayanan yang ramah serta fasilitas yang lengkap semakin mendukung konsumen

untuk datang kembali. Hal ini berdampak positif pada peningkatan kepuasan konsumen terhadap target yang telah di tentukan setiap bulannya.

Adapun treatmeent nya yaitu: Eyelash Extension, Shading, Sulam Bibir, BB Glow, Hair Treatment, dan masih banyak lagi. Hanya saja, dalam hal ini Shading Alis menjadi sorotan yang sedang ramai diperbincangkan dan diminati oleh masyarakat kita khususnya di kalangan wanita. Itulah mengapa peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menikmati hasil dari *Treatment Salon Bonhica Home Beauty* di kota Rantauprapat ini.

1.2 Fakta Masalah

Berikut ialah fakta masalah berdasarkan latar belakang diatas:

1. Adanya anggota (karyawan) yang tidak mengikuti prosedur dalam pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*.
2. Adanya anggota (karyawan) yang mengabaikan customer experience dalam proses promosi terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*.
3. Tingginya tarif harga (price list) treatment yang ada terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*.
4. Rendahnya tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa, promosi, harga yang diakibatkan oleh anggota (karyawan) pada salon *Bonhica Home Beauty*.

1.3 Batasan Masalah Dan Rumusan Masalah

1.3.1 Batasan Masalah

Pembatasan yang akan menjadi fokus peneliti kali ini adalah “Pelayanan Jasa, Promosi, Harga, Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Salon *Bonhica Home Beauty Rantauprapat*”. Pembatasan masalah ini bertujuan untuk memfokuskan perhatian, menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah pada penelitian agar lebih terarah sehingga memudahkan peneliti untuk memperoleh kesimpulan yang benar dan mendalam pada aspek yang sedang diteliti.

Berikut ialah batasan-batasan masalah berdasarkan latar belakang diatas:

1. Variabel yang akan diteliti hanya sebatas pada pelayanan jasa (X1), promosi (X2), harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Objek penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pelayanan jasa, iklan (promosi) dan harga sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen di salon *Bonhica Home Beauty*.
3. Subjek penelitian ini berhubungan dengan konsumen salon *Bonhica Home Beauty*.

1.3.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara iklan (promosi) terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*?

3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan simultan antara pelayanan jasa, iklan (promosi), tarif harga terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara iklan (promosi) terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara pelayanan jasa, iklan (promosi), tarif harga terhadap kepuasan konsumen pada salon *Bonhica Home Beauty*.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang perilaku konsumen, khususnya tentang kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak salon *Bonhica Home Beauty* Rantauprapat diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pihak perusahaan didalam mengetahui pengaruh harga, iklan (promosi) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Salon *Bonhica Home Beauty* Rantauprapat.
- b. Bagi pihak akademik diharapkan dapat digunakan perbendaharaan perpustakaan Universitas Labuhan Batu Rantauprapat.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai bahan ilmiah penyusun tugas akhir (skripsi) yang merupakan syarat untuk dapat memperoleh Strata 1 (S1) dengan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Labuhan Batu Rantauprapat. Serta sekaligus dapat menjadi referensi pengembangan penelitian yang akan datang.