

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

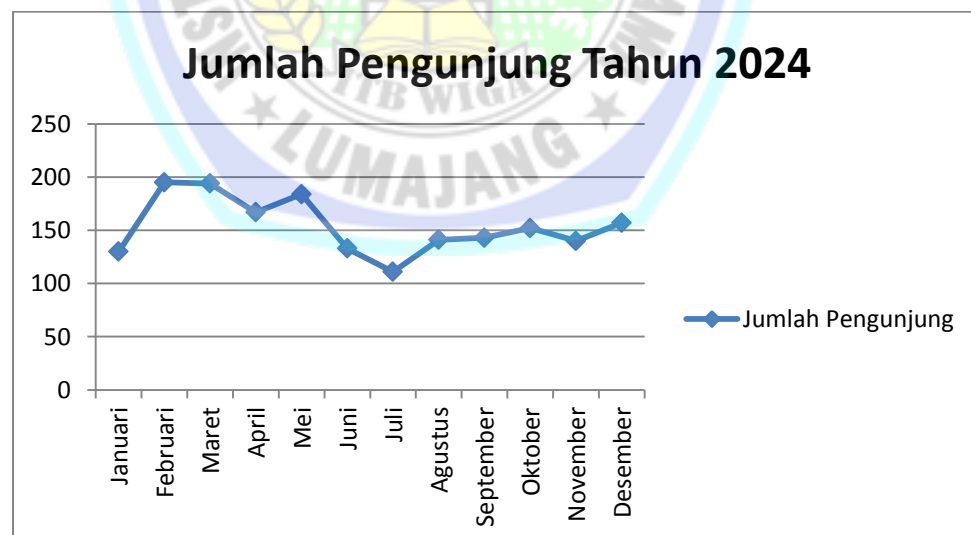
Perkembangan bidang industri kecantikan kini mengalami kemajuan yang signifikan yang sejalan dengan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap penampilan. Perawatan tubuh, rambut, kulit, dan wajah telah menjadi aspek penting dalam gaya hidup masa kini, baik untuk wanita maupun pria. Fungsi salon kecantikan saat ini telah berkembang tidak hanya sebagai tempat mempercantik diri, melainkan juga menjadi ruang untuk melepas penat, merawat diri dan meningkatkan rasa percaya diri. Melalui berbagai jenis layanan yang ditawarkan, salon kecantikan telah berkembang menjadi tempat serbaguna yang tidak hanya memberikan perawatan untuk meningkatkan penampilan fisik, tetapi juga menghadirkan rasa nyaman dan relaksasi bagi para pelanggannya.

Menurut Hulaimi (2021) mengemukakan bahwa salon kecantikan dapat diartikan sebagai suatu bentuk usaha di bidang jasa yang menyediakan layanan perawatan tubuh dan kecantikan bagi pria maupun wanita. Salon ini berfungsi untuk membantu mempercantik dan merawat penampilan fisik, dengan menyediakan berbagai perawatan seperti perawatan kulit, rambut, wajah, kuku, kaki, serta layanan penghilang bulu (*hair removal*) seperti waxing, dan perawatan lain yang berkaitan dengan kecantikan tubuh.

Salah satu dari banyaknya persaingan yang ketat salon kecantikan di Lumajang yaitu Wien Salon. Wien Salon merupakan salah satu dari sedikit

salon kecantikan di daerah Lumajang yang didedikasikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam layanan kecantikan. Wien Salon telah ada sejak 2003, salon ini sudah beroperasi selama lebih dari 20 tahun dan memiliki 30 karyawan serta 3 anak magang. Wien Salon menawarkan berbagai layanan kecantikan yang lengkap, mulai dari perawatan rambut seperti potong rambut, pewarnaan, dan smoothing, hingga perawatan kulit wajah seperti facial, dan spa. Wien Salon terletak di Jalan Mayor Kamari Sampurno, RT.03/ RW.02, wilayah Kelurahan Ditotrunan, Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang, Provinsi Jawa Timur. Dengan letaknya yang strategis di sekitar pusat kota, salon ini dapat dijangkau dengan mudah oleh pelanggan dari berbagai kalangan baik remaja maupun dewasa.

Grafik 1. 1 Pengunjung Wien Salon pada tahun 2024



Sumber: Wien Salon Lumajang 2024

Berdasarkan pada grafik 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung mengalami peningkatan signifikan dari Januari ke Februari, dan jumlah tersebut cukup tinggi hingga Maret. Februari dan Maret merupakan bulan dengan jumlah pengunjung tertinggi sekitar 195 orang. Namun, pada bulan April terjadi penurunan, meskipun tidak terlalu drastis, dan kemudian jumlahnya kembali naik di bulan Mei. Namun, pada bulan Juni angka kunjungan menurun cukup drastis dan mencapai titik terendah di bulan Juli, yaitu sekitar 111 orang. Memasuki bulan Agustus jumlah pengunjung mengalami peningkatan kecil hingga bulan Desember. Hal ini mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan belum konsisten dan mampu dipengaruhi berbagai faktor.

Salah satu alasan utama pelanggan memilih layanan salon adalah kualitas pelayanan. Wien Salon Lumajang telah menjadi pilihan populer bagi masyarakat karena dapat memberikan pelayanan yang sopan, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Salon Wien juga memiliki keunggulan unik yang membuat pelanggan merasa lebih baik dengan hasil layanan, kenyamanan, dan pengalaman pribadi. Wien Salon mencakup tidak hanya aspek fasilitas, tetapi juga memberikan perhatian terhadap kenyamanan serta kepuasan emosional pelanggan selama pelayanan. Harga yang bersaing membuat pelanggan tertarik untuk memilih Wien Salon dibandingkan dengan salon kecantikan lainnya. Keunikan yang dimiliki oleh salon ini membedakannya dari yang lain. Dengan persaingan yang semakin ketat,

kebutuhan pelanggan harus dipenuhi agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kesetiaan pelanggan merupakan komponen kunci yang memiliki peran signifikan dalam mencapai kesuksesan dan keberlanjutan suatu usaha, khususnya di sektor jasa. Loyalitas pelanggan adalah faktor krusial dalam dunia usaha yang menitikberatkan pada terciptanya relasi jangka panjang antara perusahaan dengan konsumennya. Pelanggan setia tidak hanya memberikan kontribusi berupa pendapatan berulang, tetapi menjadi agen promosi melalui rekomendasi kepada orang lain. Menurut Oliver (1999) loyalitas pelanggan merupakan bentuk kesetiaan yang kuat dari konsumen agar melakukan pembelian berulang maupun menggunakan produk serta layanan yang menjadi favoritnya.

Kualitas Pelayanan menjadi poin penting dalam usaha yang akan dijalankan. Persepsi atas mutu layanan dipengaruhi oleh para konsumen yang menggunakan layanan salon kecantikan. Dengan demikian, kualitas layanan bisa dibentuk sejak awal melalui pengenalan harapan pelanggan terhadap jenis layanan yang mereka butuhkan dan harapkan. Menurut Tjiptono (2009) kualitas pelayanan merujuk pada suatu ukuran yang menilai seberapa baik pelayanan yang diberikan serta sejauh mana layanan tersebut memenuhi harapan pelanggan. Dengan kata lain, layanan yang berkualitas dapat tercapai apabila mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta disampaikan secara tepat guna menyesuaikan dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai

standar pelayanan yang telah ditetapkan dijadikan sebagai acuan dalam proses pemberian layanan kepada pelanggan Kotler (2009:116). Dari definisi tersebut kualitas pelayanan adalah sebagai pemberian layanan kepada pelanggan yang selaras dengan ekspektasi mereka. Kualitas ini tercapai ketika kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi dengan baik, serta layanan yang diberikan secara tepat waktu dan sesuai harapan.

Pelayanan yang diberikan oleh Wien Salon memiliki peran penting dalam mendukung peningkatan kinerja perusahaan. Pelayanan yang optimal merupakan salah satu elemen kunci dalam menjaga loyalitas pelanggan dan menunjang keberhasilan sebuah usaha. Namun, berdasarkan ulasan pelanggan di google preview, terdapat beberapa keluhan mengenai keterlambatan pelayanan, serta kurang tanggapnya karyawan dalam mengenai keluhan atau gangguan operasional. Tanggapan tersebut mengindikasikan bahwa mutu layanan yang disediakan belum mencapai optimal sehingga dibutuhkan perbaikan lebih lanjut. Oleh karena itu Wien Salon kedepannya diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan melalui keterampilan karyawan dalam memotong rambut secara profesional, serta menunjukkan sikap yang ramah terhadap pelanggan maupun ketepatan dan kecepatan dalam menangani kendala layanan.

Adapun ada penelitian sebelumnya dilakukan oleh Pratama,et al. (2021) mengatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan pada PT.Sejahtera Indobali Trada Benoa. Sedangkan Rosyida & Priantilianingtiasari (2023) mengatakan bahwa kualitas layanan tidak

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Via Salon Trenggalek. Merujuk pada hasil penelitian sebelumnya, dapat diidentifikasi adanya celah penelitian (*gap research*) yang perlu ditindaklanjuti.

Selain aspek pelayanan, persepsi pelanggan terhadap nilai yang diberikan perusahaan menjadikan aspek tersebut sebagai salah satu penentu terbentuknya loyalitas pelanggan. Pandangan pelanggan mencerminkan perbandingan antara manfaat yang diperoleh konsumen melalui usaha yang telah mereka keluarkan, terutama dari segi biaya, waktu, maupun pengalaman. Menurut Mardikawati (2013) nilai pelanggan adalah hasil perbandingan antara manfaat yang diterima konsumen dengan seluruh bentuk pengorbanan yang dilakukan. Nilai tersebut mencerminkan total manfaat yang dirasakan saat menggunakan suatu produk atau jasa, sedangkan total biaya pelanggan mencakup semua bentuk pengorbanan, baik dalam bentuk biaya langsung maupun tidak langsung yang wajib dikeluarkan demi mendapatkan produk maupun jasa yang ditawarkan.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai nilai pelanggan, yang telah dilakukan oleh Restuadhi (2015) mengatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel siliwangi semarang. Sedangkan Suhari (2012) mengatakan bahwa nilai pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*gap research*) yang menarik untuk dikaji lebih dalam.

Faktor loyalitas pelanggan selain kualitas pelayanan serta nilai pelanggan yaitu harga. Harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, karena mencerminkan keseimbangan antara manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan. Menurut Purnama & Arta (2018) harga adalah besaran atau nilai dalam bentuk uang yang ditetapkan sebagai alat ukur yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau layanan. Penetapan harga yang wajar, dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong pembelian ulang. Selain itu, menurut Hadi (2021), harga merupakan elemen tunggal dalam bauran pemasaran yang memiliki peran sebagai sumber utama pendapatan bagi perusahaan atau organisasi.

Pada fenomena yang terjadi di Wien Salon, terlihat dari munculnya di ulasan online seperti google review, dimana pelanggan tidak hanya memperhatikan kualitas layanan, tetapi juga menyesuaikan harga dengan manfaat yang diterima. Harga yang terlalu mahal dapat menjadi penghalang, terutama jika pelanggan merasa bahwa layanan yang diterima belum seimbang dengan biaya yang dikeluarkan. Sementara itu, apabila harga terlalu rendah, hal tersebut dapat menyebabkan pelanggan meragukan kualitas pelayanan yang mereka terima.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai harga, yang telah dilakukan oleh Harianja (2023) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di CV Tri Jaya Mobi Tiban Batam. Sebaliknya, Fatonah et al. (2023) menemukan bahwa harga tidak memiliki pengaruh

signifikan terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Cabang Kedoya Raya

2. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya celah penelitian (*gap research*) yang perlu dikaji lebih lanjut.

Penelitian ini penting dilakukan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, nilai pelanggan, serta harga dengan loyalitas pelanggan pada Wien Salon. Dengan memahami pengaruh ketiga faktor, manajemen salon dapat merancang strategi yang lebih tepat guna dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga akan membantu salon dalam mengidentifikasi aspek mana yang harus ditingkatkan, seperti pelayanan yang lebih responsif, penyesuaian harga yang kompetitif, dan peningkatan nilai pelanggan melalui layanan yang lebih memuaskan. Sehingga temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang konstruktif bagi kemajuan bisnis salon, khususnya dalam menghadapi intensitas persaingan yang terus meningkat.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, peneliti bermaksud melakukan pengujian ulang terhadap hubungan antara variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan mengambil topik penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Wien Salon Lumajang”**.

1.2 Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini ditetapkan untuk memastikan fokus pembahasan tetap sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan, sehingga tidak melebar ke hal-hal di luar konteks yang diteliti. Adapun batasan masalah dari penelitian ini mencakup:

- a. Penelitian ini difokuskan pada ranah manajemen pemasaran.
- b. Variabel-variabel yang dibahas meliputi kualitas pelayanan, nilai pelanggan, harga, serta loyalitas pelanggan.
- c. Subjek dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang pernah memperoleh atau menggunakan jasa dari Wien Salon Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Semakin meningkatnya persaingan di industri jasa, khususnya dalam bidang salon kecantikan, menuntut setiap pelaku usaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Loyalitas pelanggan menjadi hal yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis. Beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan harga menjadi hal yang mempengaruhi tingkat loyalitas. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Wien Salon Lumajang?
- b. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Wien Salon Lumajang?

- c. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Wien Salon Lumajang?

I.4 Tujuan Penelitian

Pokok permasalahan yang menjadi tujuan penelitian ini dirumuskan berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, antara lain:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Wien Salon Lumajang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Wien Salon Lumajang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Wien Salon Lumajang.

I.5 Manfaat Penelitian

Sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermanfaat sebagaimana dijelaskan berikut ini:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan serta menjadi referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut, terutama dalam bidang manajemen pemasaran terkait kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan harga serta kaitannya dengan loyalitas pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengambil manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan membandingkan teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan realitas yang terjadi di suatu perusahaan.

2) Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, persepsi nilai pelanggan, serta harga untuk mendorong peningkatan loyalitas pelanggan.

3) Bagi peneliti lain

Peneliti ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan sumber pengetahuan bagi peneliti berikutnya dalam mengembangkan atau menyempurnakan penelitian di bidang yang sama.