

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

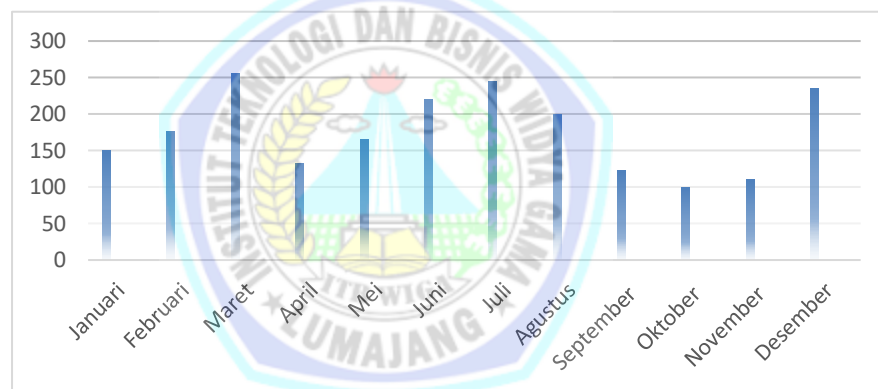
Barbershop adalah jenis wirausaha yang berfokus pada pemangkasan rambut bagi kaum pria dan anak-anak, serta menyuguhkan beragam layanan perawatan rambut. Usaha ini tergolong prospektif dan memiliki keberlanjutan yang tinggi, mengingat kebutuhan pria untuk merapikan rambut setidaknya sekali dalam sebulan merupakan hal yang nyaris niscaya. Usaha barbershop adalah sebagian dari usaha. Usaha ini tengah mengalami akselerasi signifikan di Indonesia. Meski tampak bersahaja, apabila ditinjau dari segi prospektivitasnya, usaha ini berpotensi menghasilkan margin keuntungan yang terbilang substansial. Berbekal kepiawaian para pemangkas rambut serta sarana yang disuguhkan, tidak mengherankan apabila barbershop menjadi preferensi utama berbagai kalangan mulai dari orang tua, kaum muda, hingga anak-anak sebagai destinasi untuk merapikan tatanan rambut.

Barbershop dapat dipandang sebagai transformasi modern dalam ranah fashion pria. Awalnya berakar dari praktik pemangkas rambut keliling, usaha ini kemudian beralih menjadi layanan menetap. Dinamika perubahan era turut mendorong cerahnya potensi usaha ini, dengan semakin banyaknya pelanggan yang mencari layanan grooming yang berkualitas. Dengan penawaran layanan yang beragam, barbershop kini menjadi lebih dari sekadar tempat mencukur rambut. Di samping layanan potong rambut, mereka menawarkan vitamin rambut untuk perawatan, pomade berkualitas untuk styling, akses WiFi gratis, serta ruang yang ber-AC agar pelanggan merasa lebih nyaman selama menunggu atau menikmati layanan. Dengan suasana yang modern dan pelayanan yang ramah, barbershop menciptakan

pengalaman unik bagi setiap pelanggan.

Sama halnya dengan pangkas rambut yang ada di kabupaten lumajang, mulai dari pangkas rambut menggunakan alat tradisional sampai menggunakan alat modern. Barbershop merupakan salah satu tempat pangkas rambut yang di minati dikalangan pria, mulai dari orang tua, anak mudan bahkan dikalangan anak-anak. Salah satunya Damini Barbershop yang terletak di Jl. Brigjen Katamso No 12, adalah salah satu barbershop yang unggul di kabupaten Lumajang. Dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang menggunakan jasa Damini Barbershop.

Gambar 1 1 Jumlah Pengunjung Damini Barbershop



Sumber: Data Damini Barbershop 2024

Data tersebut menunjukkan jumlah peminat di damini berbershop yang relatif tinggi. Ada beberapa faktor yang membuat Damini Barbershop dapat unggul di pasaran, salah satunya adalah lokasi Damini Barbershop. Lokasi menjadi elemen krusial dalam pelaksanaan suatu aktivitas usaha. Salah satu determinan utama dalam ekspansi bisnis adalah posisi geografisnya terhadap kawasan urban. (Muhammad Reza Latif, Daisy S.M Engka, 2018).

Ditengah banyaknya pilihan penggunaan jasa pangkas rambut banyak elemen yang menentukan konsumen dalam menentukan layanan pangkas rambut, salah

faktor yang menjadi alasan konsumen memilih Damini Barbershop karena lokasi yang strategis berlokasi di tengah kawasan perkotaan dan bersebelahan dengan area Pasar Baru Lumajang. Salah satu indikator untuk menakar tingkat kepuasan pelanggan dapat ditinjau melalui tindakan pembelian yang mereka realisasikan. Dalam melakukan pemilihan jasa pangkas rambut klien dapat pertimbangkan mulai dari lokasi, fasilitas dan *Word of mouth* sebab berpotensi memeberikan dampak terhadap presepsi klien dalam menentukan layanan pangkas rambut. Apabila pelanggan mengalami kepuasan batin atas layanan yang diterima ataupun kebutuhannya tercukupi, pelanggan cenderung menunjukkan kesetiaan, sehingga timbul keyakinan dalam memanfaatkan layanan pemangkasan rambut tersebut secara berkelanjutan, dan tidak beralih ke tempat lain atau pesaing. Menurut Setiadi (2011:332) keputusan pembelian atau penggunaan merupakan mekanisme pengintegrasiam yang memadukan pengetahuan guna menelaah untuk memilih sejumlah kemungkinan respons yang dapat diambil, di mana individu menetapkan satu sebagai preferensi utama di antaranya. Ada faktor lain selain kepuasan konsumen yaitu lokasi menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen. Lokasi yang strategis, penyampaian layanan dan jaringan akan menjadi jauh lebih praktis bagi konsumen untuk melaksanakannya, karena akses yang mudah di jangkau, menurut Kotler dan Keller (2008:122) lokasi diartikan sebagai perpaduan antara jaringan distribusi, yang mencakup metode penyampaian layanan melalui titik strategis secara geografis

Penelitian yang dilakukan oleh (Indah, D.R, Nurlina, 2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan

Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa” berdasarkan temuan studi, keberadaan lokasi menunjukkan korelasi positif terhadap penetapan keputusan dalam pemanfaatan layanan. Penelitian yang dijalankan oleh (Cynthia et al., 2022) hasil penelitian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa yaitu *Word of mouth*.

Word of mouth yaitu obrolan yang dilakukan antara klien tentang pengalaman mereka dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Secara tidak langsung, percakapan ini menyampaikan informasi mengenai produk atau layanan tersebut, yang dapat berfungsi sebagai bentuk promosi gratis bagi perusahaan. Dalam upaya mendorong respons konsumen melalui pemberian layanan yang terbaik agar opini mereka bisa dibagikan kepada calon konsumen lainnya, Damini berupaya memberikan pelayanan terbaik melalui kinerja para karyawan. Adapun tantangan yang dihadapi antara lain perbedaan latar belakang para konsumen, sehingga perlu adanya visi dan misi yang konsisten untuk memastikan hasil kualitas pelayanannya.

Menurut (Sari & Yuniati, 2016) dengan judul “Pengaruh Harga Citra Merek dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Panties Pizza Sidoarjo, citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan WOM mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Panties Pizza Sidoarjo. Menurut (Ena et al., 2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Chezz Cafenet” dengan hasil Berdasarkan hasil

analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan *Word of mouth* tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada CafeNet. Fasilitas juga merupakan faktor pendukung dalam keputusan penggunaan jasa oleh konsumen

Fasilitas merujuk pada penyediaan berbagai perlengkapan fisik yang dirancang guna menghadirkan kemudahan akses dan nuansa kenyamanan bagi konsumen ketika berada di lingkungan Damini. sehingga mereka merasa lebih nyaman. Damini turut menghadirkan beragam sarana penunjang, seperti ruang berpendingin udara serta konektivitas Wi-Fi. Keberadaan fasilitas ini juga merepresentasikan tolok ukur utama dalam mengapresiasi mutu layanan yang disuguhkan. Menurut kolter dan keller (2007), mendefinisikan “fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen” studi yang dilakukan oleh Abdullah et all (Harfika & Abdullah, 2017) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya” hasilnya kualitas pelayanan serta fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien merujuk pada uraian latar belakang sebelumnya, peneliti terdorong untuk menginisiasi studi terkait kepuasan dalam pemanfaatan layanan. Guna judul yang akan di ajukan **“Pengaruh lokasi, *Word of mouth*, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Damini Barbershop”**

1.1 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam studi ini fokus terhadap permasalahan yang diteliti serta tidak membahas secara luas, maka penelitian ini dibatasi pada masalah

keputusan pembelian yang terdorong oleh lokasi, *Word of mouth* dan Fasilitas pada Damini Barbershop dalam menghadapi persaingan pangkas rambut. Lokasi penelitian ini adalah Damini Barbershop Lumajang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa di Damini Barbershop?
2. Apakah terdapat pengaruh *Word of mouth* terhadap keputusan penggunaan jasa di Damini Barbershop?
3. Apakah terdapat pengaruh Fasilitas terhadap keputusan penggunaan jasa di Damini Barbershop?

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian memiliki tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa di Damini Barbershop.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Word of mouth* terhadap keputusan penggunaan jasa di Damini Barbershop.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Fasilitas terhadap keputusan penggunaan jasa di Damini Barbershop.

1.4 Manfaat Penelitian

Studi ini diharapkan mampu menghadirkan kontribusi, baik dalam ranah keilmuan maupun pada tataran aplikatif bagi beragam pemangku kepentingan. Adapun implikasi manfaat dari penelitian ini yakni sebagai berikut:

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya yang bertujuan menambah pemahaman mengenai keputusan penggunaan jasa di Damini Barbershop di Kota Lumajang. Temuan yang diperoleh dari riset ini dapat dijadikan pijakan awal bagi pengembangan studi selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Studi ini untuk memperkaya wawasan dan daya nalar peneliti dampak Lokasi, WOM dan Fasilitas terhadap keputusan pembelian sebagai perwujudan aplikatif dari konsepsi teoretis yang dihimpun sepanjang jenjang akademik.

2) Bagi Akademis

Studi ini menjadi bagian dari ketentuan akademik yang wajib ditempuh untuk memperoleh predikat Sarjana Manajemen (Strata 1) Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

3) Bagi Perusahaan

Di gunakan sebagai referensi untuk mengatur strategi pemasaran agar bisa menarik konsumen lebih banyak dan sebagai masukan guna meningkatkan kinerja perusahaan.

4) Bagi Konsumen

Penelitian ini memberikan wawasan bagi konsumen tentang beragam

determinan yang membentuk preferensi mereka dalam menetapkan pilihan barbershop, sehingga memungkinkan tercapainya keputusan yang lebih optimal.

5) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai tren dan preferensi konsumen di industri barbershop yang terus berkembang.

