

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di generasi milenial saat ini, penampilan merupakan salah satu hal penting bagi setiap individu. Fashion menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda seperti baju dan aksesoris yang dikenakan bukanlah sekedar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi.

Dalam perkembangan selanjutnya fashion tidak hanya menyangkut soal busana dan aksesoris semacam perhiasan seperti kalung dan gelang. Tampil rapi dan menarik tidak hanya kebutuhan wanita. Kini para pria juga ingin tampil menawan dalam setiap kesempatan. Dikau adam, penampilan gaya rambut juga tidak kalah penting. Dua minggu sekali adalah waktu ideal untuk memilih potongan atau merapikan rambut bagi para kaum pria. Penampilan yang rapi dan baik akan menampilkan kesan yang baik pula. Ini membuat kebutuhan akan jasa pngkas rambut di berbagai tempat sangat dibutuhkan.

Perkembangan bisnis yang fenomena saat ini adalah *barbershop*. Perkembangan bisnis ini mulai diminati oleh semua kalangan menjadi gaya hidup yang modern. Menurut penelitian yang dilakukan Lutfiyanto (2016:3-4), *barbershop* ialah salon tapi khusus untuk para lelaki. Mulai dari potong rambut, cuci rambut, pijat dan perawatan yang lain sesuai kebutuhan laki-laki. Target usaha salon khusus laki-laki, *barbershop* lebih ingin menunjang penampilan. Jasa

ini khusus ditujukan bagi kaum adam yang membutuhkan penampilan menarik, anak-anak, mahasiswa, dan remaja menjadi konsumen utama bisnis *barbershop*.

Berbeda dengan pangkas rambut pada umumnya, *barbershop* memiliki konsep yang berbeda dengan kesan lebih mewah dan berkelas, lebih tertata, bersih dan memiliki kesan lebih maskulin dibandingkan dengan pangkas rambut yang biasa dijumpai dipinggir jalan. Selain itu kecakapan tukang cukurnya dalam mengolah berbagai model rambut menjadi nilai tambah bagi bisnis ini. Berbagai gaya rambut seperti *under cut*, *mohawk*, *pompadour*, dan berbagai model rambut lainnya yang sulit didapatkan di tukang cukur konvensional. *Barbershop* dapat dikatakan sebagai perkembangan dari pangkas rambut konvensional. Alat yang digunakan bukan hanya gunting dan silet. Namun juga menggunakan pencukur elektronik, bahkan minyak rambut pelumas agar rambut lebih terlihat trendi (Abrial, 2015).

Hal ini membuat pelaku usaha *barbershop* untuk dapat menerapkan strategi bagaimana membuat pelanggan yang datang merasa puas dengan hasil yang didapatkan setelah memotong rambut dengan adanya pelayanan dan fasilitas yang memadai. Salah satu *barbershop* yang berupaya untuk meningkatkan kualitas dari hasil potong rambut, dan fasilitas yaitu *92barbershop* yang ada di kota Poso. *92barbershop* di kota poso menyediakan jasa potong rambut, cukur jenggot dan cat rambut yang dibutuhkan oleh laki-laki atau pria dengan jumlah karyawan 5 orang. Persaingan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama pelaku usaha *barbershop*, karena semakin tinggi kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Yuktanada dan Prasertsakul, 2015).

Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari penyedia jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh konsumen. Pelanggan yang sangat terpuaskan kemungkinan besar akan tetap setia walaupun mendapatkan penawaran yang menarik dari perusahaan pesaing (Utami 2011:262). Sehingga dengan adanya kepuasan dalam diri konsumen membuat mereka untuk loyal dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Karena itu perlu untuk membuat *barbershop* yang rapi, bersih dan nyaman agar semua konsumen yang datang tidak hanya merasa puas ketika sudah mendapat potongan rambut yang baru, tetapi juga merasa puas dengan fasilitas didalam ruangan saat menunggu giliran akan memotong rambut. Sehingga pada saat keluar dari ruangan *barbershop*, konsumen dapat merasakan manfaat selain memotong rambut. Dengan proses yang baik saat memotong rambut membuat konsumen terkesan untuk kembali membeli jasa tersebut.

Proses pemotongan rambut bertujuan untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Dari proses awal sampai akhir tukang cukur harus berhati-hati dengan memperhatikan kecepatan, kemudahan dan ketelitian saat memotong rambut. Proses pemotongan rambut yang tidak memakan waktu lama akan berdampak pada konsumen, sehingga konsumen tidak berlarut-larut menunggu jasa yang diperolehnya.

Menurut Ari Setyaningrum, (2015:64) proses adalah rangkaian kegiatan yang dilalui oleh konsumen dalam mengonsumsi jasa. Pengelola jasa mendapat tantangan bagaimana menciptakan setiap tahapan jasa yang diberikan berjalan dengan baik yang akhirnya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Untuk memastikan proses yang baik saat memotong rambut, konsumen harus memperhatikan pisau cukur yang akan dipakai. Karena sering ditemui ketika tukang cukur lupa memnganti pisau cukur dengan yang baru bisa mengakibatkan kulit kepala luka. Hal ini dapat mengakibatkan konsumen merasa tidak nyaman yang secara otomatis membuat konsumen tidak puas dengan jasa yang ia dapat pada suatu *barbershop*. Untuk itu kenyamanan sangat diprlukan agar menghasilkan kepuasan konsumen.

Kenyamanan saat memotong rambut sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Mulai dari kenyamanan saat menunggu antrian memotong rambut, kenyamanan didalam ruangan barbershop dan kenyamanan saat proses pemotongan rambut sampai selesai. Untuk mewujudkan kenyamanan tersebut, pemilik usaha memfasilitasi ruangan *barbershp* dengan tv, ac, speaker system, wi-fi serta fasilitas alat gunting modern dan kursi khusus yang nyaman di duduki saat proses pemotongan rambut.

Kenyamanan layanan merupakan presepsi pelanggan mengenai waktu dan usaha yang dikeluarkan oleh pelanggan terkait dengan pembelian atau penggunaan produk atau jasa (Berry et al., 2002), sehingga untuk meningkatkan kenyamanan layanan pelanggan dapat dilakukan dengan usaha untuk menurunkan waktu yang dibutuhkan pelanggan dan mengurangi usaha yang harus dikeluarkan pelanggan (Colwell et al., 2008).

Keputusan pembelian yang didasarkan pada kenyamanan, dan kenyamanan memiliki dampak pada kepuasan pelanggan. Kenyamanan dapat memberikan perasaan tenang dan jauh dari rasa bosan. Selain suasana yang membuat

pelanggan merasa nyaman, ketika memotong rambut, si pemangkas rambut bercerita seolah-olah sudah akrab dengan konsumen. Hal ini dilakukan untuk mencegah rasa bosan dari konsumen. Selain itu untuk memberikan kenyamanan *barbershop* tidak hanya menyediakan jasa potong rambut. Ketika pemotongan rambut sudah selesai, selanjutnya konsumen diarahkan untuk mencuci rambut, pijat, memberikan vitamin rambut pada rambut yang sudah dipotong dan menawarkan apakah ingin memakai minyak rambut atau tidak. Selain kenyamanan, persepsi kewajaran harga juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari pelayanan yang didapat, konsumen tidak akan merasa rugi ketika akan membandingkan harga dan pelayanan yang didapat.

Persepsi kewajaran harga merupakan kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk. Penilaian harga pada suatu manfaat produk dikatakan mahal, murah atau sedang dari masing-masing individu tidaklah sama, karena tergantung dari persepsi yang dilatarbelakangi oleh lingkungan dan kondisi individu itu sendiri. Persepsi konsumen terhadap suatu harga dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli suatu produk sehingga suatu perusahaan harus mampu memberikan persepsi yang baik terhadap produk atau jasa yang mereka jual.

Kewajaran harga adalah suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses yang dapat diterima oleh pelanggan (Consuegra et al., 2007). Harga dipengaruhi oleh kepuasan dan loyalitas pelanggan dan juga akan berdampak pada potensi keuntungan jangka panjang (Van Looy, Gemmel, dan Van Dierdonck, 2003, p99).

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan judul :**”Pengaruh Proses, Kenyamanan dan Persepsi Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada 92Barbershop”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah ditemukan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini :

1.1.1. Apakah proses berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada 92barbershop?

1.2.2. Apakah kenyamanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada 92barbershop?

1.2.3. Apakah persepsi kewajaran harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada 92barbershop?

1.2.4. Apakah proses, kenyamanan dan persepsi kewajaran harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada 92barbershop?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu :

1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh proses secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada 92barbershop.

1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada 92 barbershop.

1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kewajaran harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada 92barbershop.

1.3.4. Untuk mengetahui pengaruh proses, kenyamanan dan persepsi kewajaran harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada 92barbershop.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu sebagai berikut :

1.4.1. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pelayanan 92barbershop berkaitan dengan faktor proses, kenyamanan dan persepsi kewajaran harga.

1.4.2. Bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang dibutuhkan dalam dunia bisnis khususnya barbershop.

1.4.3. Bagi penulis salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsimar.

1.4.4. Sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat masalah yang sama.