

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada beberapa tahun belakangan, Indonesia mengalami krisis moneter, yang menyebabkan hampir semua bisnis yang ada di Indonesia melemah bahkan jatuh, tetapi bisnis hiburan dan kesehatan merupakan bisnis yang anti krisis keuangan, walaupun bisnis hiburan dan kesehatan mengalami dampak yang sama saat krisis keuangan terjadi di Indonesia, tetapi bisnis hiburan dan kesehatan merupakan bisnis yang memiliki kemampuan untuk bangkit lebih cepat daripada bisnis yang lain seperti bisnis properti dan konstruksi. Salah satu dari bisnis hiburan dan kesehatan yaitu bisnis spa.

Di saat seperti sekarang ini, bisnis spa merupakan suatu peluang bisnis yang sangat baik. Hal ini dapat dikatakan seperti ini, karena walaupun semua bisnis melemah, tetapi kesehatan merupakan suatu kebutuhan pokok manusia, sehingga orang akan terus membutuhkannya, melebihi kebutuhan yang lain. Disamping itu, spa bukan hanya sekedar tempat untuk menikmati sarana pijat dan relaksasi saja, tetapi juga dapat digunakan untuk bertemu klien, bahkan untuk beberapa kalangan, spa digunakan sebagai gaya hidup.

Untuk kalangan seperti itu, ada hal – hal lain yang dicari di spa tersebut, seperti luasnya tempat spa, kenyamanan spa, suasana spa, kualitas pelayanan, dan harga yang terjangkau. Sehingga sebuah bisnis spa harus mengelola faktor – faktor yang dicari konsumen, spa harus hadir sebagai perusahaan jasa yang berusaha untuk memenuhi keinginan dan keperluan konsumennya.

Jasa atau pelayanan memiliki peran yang besar dalam bisnis spa untuk memenuhi keinginan dan keperluan konsumen. Seorang konsumen datang ke suatu spa untuk menikmati dan mendapatkan pelayanan jasa yang memuaskan.

Dalam usahanya mencapai tujuan, perusahaan bukan sekedar menghasilkan jasa yang bermutu atau memberikan pelayanan jasa yang terbaik. Tetapi tujuan utama dari setiap bisnis adalah menghasilkan konsumen yang puas. Kepuasan konsumen sangat berhubungan dengan kualitas jasa yang dilakukan oleh penyedia jasa. Oleh karena itu, memberikan kualitas jasa pelayanan yang prima adalah keharusan.

Kualitas jasa dan pelayanan yang prima merupakan keharusan untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Khususnya untuk saat sekarang ini, bisnis spa banyak diminati oleh para pengusaha lainnya sehingga timbul persaingan yang ketat. Di kota Bandung, bisnis spa sudah sangat menjamur, seperti : Venetian Spa, Delta Spa, Aquatic, Ozone, Be One dan lain - lain. Mereka berusaha untuk dapat menarik dan mempertahankan para konsumennya dengan memberikan kualitas jasa dengan layanan yang prima.

Dalam bisnis spa, kualitas jasa layanan yang prima menjadi kunci utama bagi kelangsungan hidup bisnisnya. Dalam bisnis spa memberikan kualitas jasa layanan yang terbaik sama artinya dengan mempertahankan konsumen serta menjaga eksistensi bisnisnya.

Saat sekarang ini, persaingan semakin ketat, para pengusaha memberikan cita rasa yang semakin inovatif, sarana sauna, suasana spa yang baik, serta pelayanan yang semakin baik. Hal ini dilakukan untuk menarik konsumen.

Dalam menghadapi persaingan ini, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para konsumennya. Pelayanan terhadap konsumen merupakan hal yang terpenting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, cara yang paling tepat dalam melayani merupakan hal yang paling penting. Kegiatan kualitas pelayanan seperti halnya keahlian, kemampuan karyawan, kesopanan karyawan, pemberian informasi yang tepat dan akurat dan hal-hal lain seperti fasilitas yang memadai, suasana spa, serta harga yang terjangkau dan hal-hal lainnya yang disediakan oleh perusahaan harus dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya, sehingga loyalitas konsumen pun dapat terbentuk.

Loyalitas konsumen merupakan sesuatu yang lebih daripada kepuasan. Loyalitas itu tidak berwujud, kadang-kadang tidak dapat diprediksi, dan merupakan atribut dua dimensi; seseorang atau suatu lembaga dapat membangkitkan loyalitas dalam diri orang lain, atau loyalitas dapat membuktikan suatu komitmen batin kepada individu ataupun lembaga. Sehingga apabila terjadi loyalitas dari konsumen, dapat diartikan

bahwa konsumen tersebut telah puas, sehingga konsumen tidak ingin pergi ke tempat spa lain yang sejenis, dan akan mengatakan hal yang positif, dan merekomendasikannya pada orang lain tentang keberadaan spa tersebut.

Octopuss Spa merupakan suatu bisnis spa yang berada di kota Bandung, tepatnya berada di JL.Pelajar Pejuang 45 no.119. Octopuss Spa ini melihat suatu peluang bisnis spa dengan menghadirkan terapi pijat yang berbeda dan khas.

Dengan melihat banyaknya persaingan , para pengusaha menghadirkan inovasi spa, suasana, harga, serta pelayanan yang baik, yaitu dengan tujuan untuk menarik konsumen, serta mempertahankannya. Hal ini juga yang dilakukan oleh Octopuss Spa, spa ini berusaha untuk menghadirkan suasana, harga, dan khususnya pelayanan yang baik sehingga tercipta suatu loyalitas dari konsumen Octopuss Spa. Loyalitas konsumen dari suatu spa menjadi suatu tujuan setiap perusahaan tidak terkecuali spa. Di Kota Bandung selalu bermunculan tempat spa dengan inovasi, bentuk, pelayanan yang berbeda – beda yang memiliki tujuan yang sama yaitu menarik konsumen. Hal ini pula yang menjadi masalah dari Octopuss Spa karena setelah maraknya dibuka tempat-tempat spa baru maka mempengaruhi jumlah konsumen Octopuss Spa seperti yang terlihat dari data jumlah konsumen di Octopuss Spa di bawah ini :

**Tabel 1. 1.**

**Data Jumlah Konsumen**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>
Maret 2008	1856

April 2008	1973
Mei 2008	2358
Juni 2008	2489
July 2008	2788
Agustus 2008	2732
September 2008	2964
Oktober 2008	3151
November 2008	3136
Desember 2008	3122
Januari 2009	3115
Februari 2009	3021
Maret 2009	2954
April 2009	3122
Mei 2009	3000

**Sumber: Manajemen Octopuss Spa**

Berdasarkan data di atas dapat terlihat bahwa terjadi penurunan jumlah konsumen Octopuss Spa. Penurunan terlihat pada bulan November 2008, Desember 2008, Januari 2009, Februari 2009, dan Maret 2009. Tetapi pada bulan April 2009 terjadi peningkatan kembali jumlah konsumen di Octopuss Spa. Setelah terjadi peningkatan jumlah konsumen di bulan April 2009, Octopuss Spa kembali mengalami penurunan jumlah konsumen di bulan Mei 2009. Jika dilihat dari bulan

April 2009 dan bulan Mei 2009 terjadi penurunan jumlah pengunjung sebanyak 122 orang atau 12.2%. Kondisi ini terjadi karena diduga hadirnya tempat-tempat spa baru sehingga persaingan semakin ketat dan berdampak pada penurunan jumlah pengunjung.

Untuk itu Octopuss Spa dituntut untuk membenahi kualitas jasa yang ditawarkan, sehingga mampu mempertahankan bahkan memperbaiki dan diharapkan akan meningkatkan kembali pangsa pasar, volume penjualan serta profitnya

Berdasarkan fenomena di atas penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang "PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA OCTOPUSS SPA BANDUNG)."

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Pokok permasalahan diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas jasa Octopuss Spa.
2. Bagaimana loyalitas konsumen terhadap Octopuss Spa.
3. Berapa besar pengaruh kualitas jasa pelayanan yang dilakukan Octopuss Spa terhadap loyalitas konsumen.

## **1.3 Maksud & Tujuan Penelitian**

Maksud penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

Untuk menguji serta menganalisis besar pengaruh kualitas jasa pelayanan yang dilakukan Octopuss Spa terhadap loyalitas konsumen, sebagai bahan analisis penulisan skripsi.

Sedangkan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan kualitas jasa Octopuss Spa.
2. Untuk mengetahui loyalitas konsumen terhadap Octopuss Spa.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa pelayanan yang dilakukan Octopuss Spa terhadap loyalitas konsumen.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dari aspek pengembangan ilmu , aspek praktis, dan bagi peneliti selanjutnya.

1. Dari aspek pengembangan ilmu, diharapkan mampu memberikan kontribusi dan penambahan wawasan dalam ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya aplikasi kualitas jasa pada konsumen rumah makan dan loyalitas konsumen.
2. Dari aspek praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada Octopuss Spa untuk dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam manajemen kualitas jasa dan loyalitas konsumennya.
3. Bagi pihak lain, diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dapat memberikan pengetahuan tambahan dan menambah wawasan dalam Bidang Pemasaran, terutama dalam kualitas jasa spa dan loyalitas konsumen.