

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kesehatan merupakan suatu hal yang paling menjadi perhatian masyarakat dewasa ini. Salah satu hal yang mempengaruhi kesehatan seseorang adalah gaya hidupnya. Gaya hidup sehat pun menjadi pilihan utama. Salah satu usaha yang dilakukan untuk menjaga kesehatan adalah dengan melakukan pijat refleksi. Pada dasarnya tubuh manusia bisa mengobati dirinya sendiri, karena di dalam tubuh manusia terdapat sistem kekebalan tubuh antara lain: (*teroid, parateroid*) getah bening yang merupakan kelenjar penghasil hormon pembunuh kuman yang bisa membentengi manusia dari virus-virus. Tetapi jaman modern sekarang ini pola hidup manusia yang kurang sehat seperti : stress, kurang olahraga, terlalu banyak berada di tempat ber AC, kurang istirahat, makan makanan berbahan pengawet, pewarna, perasa, berlemak serta didukung oleh lingkungan yang kurang sehat. Sehingga fungsi *reflexology* sangat berarti untuk kesehatan.

Di saat seperti sekarang ini, bisnis pijat refleksi merupakan suatu peluang bisnis yang sangat baik. Hal ini dapat dikatakan seperti ini, karena bisnis pijat reflesi ini telah menjadi salah satu kebutuhan bagi gaya hidup sehat masyarakat kosmopolitan. Baik pria maupun wanita ingin mempertahankan kesehatan dirinya, maka dapat memilih pijat refleksi sebagai alternatif kesehatan. Pijat refleksi telah menjadi salah satu solusi yang dikenal sebagai metode sehat untuk menunjang aktivitas masyarakat yang semakin padat. Karena pijat refleksi dapat memberikan berbagai manfaat kesehatan yang sangat

dibutuhkan seperti dapat mencegah berbagai macam penyakit, penuaan dini, sulit tidur, peredaran darah yang tidak lancar, dan relaksasi bagi konsumen.

Pijat refleksi memang bukan untuk pengobatan, tetapi untuk menunjang gaya hidup sehat bagi masyarakat dengan biaya yang murah dan terjangkau. Kesehatan merupakan salah satu harta yang paling berharga di dunia ini. Artinya, gaya hidup sehat merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan agar dapat terus menikmati kesehatan yang prima di era global ini. Disamping itu, pijat refleksi bukan hanya sekedar tempat untuk menjaga kesehatan saja tetapi sekaligus tempat untuk memberikan relaksasi bagi konsumen. Bahkan untuk beberapa kalangan, pijat refleksi sudah menjadi gaya hidup.

Untuk kalangan seperti itu, ada hal-hal lain yang dicari di tempat pijat refleksi tersebut, seperti kualitas pelayanan, kenyamanan tempat pijat, suasana tempat pijat, dan harga yang terjangkau. Maraknya bisnis spa, *massage* dan refleksi akhir-akhir ini memberikan tantangan yang sangat besar bagi pemilik bisnis pijat refleksi ini agar terus dapat bersaing. Sehingga sebuah bisnis tempat pijat refleksi harus mengelola faktor-faktor yang dicari konsumen, tempat pijat harus hadir sebagai perusahaan jasa yang berusaha untuk memenuhi keinginan dan kepuasan konsumennya.

Jasa atau pelayanan memiliki peran yang besar dalam bisnis tempat pijat refleksi untuk memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen, karena bisnis ini dapat dikatakan sepenuhnya perusahaan yang memberikan jasa kepada konsumennya. Seorang konsumen datang ke suatu tempat pijat refleksi untuk menikmati pijat refleksi dan memperoleh pelayanan jasa yang memuaskan.

Dalam usahanya mencapai tujuan, perusahaan bukan sekedar menghasilkan produk dan 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 pijat refleksi, spa, dan massage banyak diminati oleh para pengusaha lainnya sehingga timbul persaingan. Di kota Bandung, bisnis pijat, khususnya pijat refleksi sudah menjamur seperti: KQ refleksi, Jari Manis, Chi refleksi, Every Day, Frans Ebbe, dan lain-lain. Mereka berusaha untuk dapat menarik dan mempertahankan para konsumennya dengan memberikan kualitas jasa dengan layanan yang terbaik dan berbeda dari yang lain.

Dalam bisnis pijat refleksi, kualitas jasa layanan dan teknik pijatan menjadi kunci utama bagi kelangsungan hidup bisnisnya. Dalam bisnis pijat refleksi, memberikan kualitas jasa layanan yang terbaik sama artinya dengan mempertahankan konsumen serta menjaga eksistensi bisnisnya. Saat sekarang ini, persaingan semakin ketat, para pengusaha berusaha untuk memberikan atmosfer yang inovatif, fasilitas yang baik, akomodasi dan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Hal ini dilakukan semata-mata untuk menarik konsumen.

Dalam menghadapi persaingan ini, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para konsumennya. Pelayanan terhadap konsumen merupakan hal terpenting untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, cara

yang paling tepat dalam melayani merupakan hal yang paling penting. Kegiatan kualitas pelayanan seperti halnya ketepatan, keahlian, kemampuan karyawan, kesopanan karyawan, pemberian informasi yang tepat dan akurat dan hal-hal lain seperti teknik pijatan, fasilitas yang memadai, suasana tempat pijat, serta harga yang terjangkau dan hal-hal lainnya yang disediakan oleh perusahaan harus dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya, sehingga loyalitas konsumen pun dapat terbentuk.

Jerry's Reflexiology merupakan suatu bisnis tempat pijat refleksi yang berada di kota Bandung, tepatnya berada di Ruko Paskal HyperSquare Blok B56 Lt. 2 Bandung. Jerry's Reflexology ini melihat suatu peluang bisnis yang menjajikan karena pijat refleksi sudah tidak asing dan masih jarang di Kota Bandung ini.

Dengan melihat banyaknya persaingan, para pengusaha harus dapat menghadirkan berbagai inovasi dan beragam pelayanan yang ditawarkan selain itu suasana, harga, serta pelayanan dan kualitas pijatan yang baik, yaitu dengan tujuan untuk menarik konsumen, dan membuat konsumen merasa terpuaskan. Hal ini juga dilakukan oleh Jerry's Reflexologi. Kepuasan konsumen dari suatu tempat pijat refleksi menjadi suatu tujuan setiap perusahaan tidak terkecuali tempat pijat refleksi. Di kota Bandung selalu bermunculan tempat pijat refleksi dengan inovasi, bentuk, pelayanan yang berbeda-beda yang memiliki tujuan yang sama yaitu menarik konsumen. Hal ini pula yang menjadi masalah bagi Jerry's Reflexology. Jerry's Reflexology selalu ingin menarik konsumen yang baru dan mempertahankan yang telah ada dengan kualitas jasanya, sehingga diharapkan tempat pijat refleksi ini dapat bertahan dengan terciptanya kepuasan konsumen. Maka karena hal tersebut penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian

dengan judul: “PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA JERRY’S REFLEXOLOGY, BANDUNG)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis bahas di atas, penulis mengambil kesimpulan bahwa salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Keadaan ini menarik perhatian penulis untuk mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan hal-hal di atas sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas jasa pada Jerry`s reflexology?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa yang dilakukan pada Jerry`s reflexology?
3. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen pada Jerry`s reflexology

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kualitas jasa pada Jerry`s reflexology.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen Jerry`s reflexology.
3. Untuk memberikan bukti empiris mengenai, berapa besar pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Jerry`s reflexology.

1.4 Kegunaan Penelitian

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

Dari aspek pengembangan ilmu, diharapkan mampu memberikan kontribusi dan penambahan wawasan dalam ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya aplikasi kualitas jasa pada konsumen tempat pijat refleksi dan kepuasan konsumen.

Dari aspek praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada Jerry's reflexology untuk dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam manajemen kualitas jasa dan kepuasan konsumen.

Bagi pihak lain, diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dapat memberikan pengetahuan tambahan dan menambah wawasan dalam bidang Pemasaran, terutama dalam kualitas jasa dan kepuasan konsumen.

1.5 Kerangka Penelitian

Untuk mempertahankan suatu usaha, perusahaan jasa harus memperhatikan keunggulan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan. Begitu pula dengan bisnis tempat pijat refleksi, sebagai salah satu perusahaan jasa, harus memperhatikan kepentingan dan kepercayaan pelanggannya. Dengan cara melakukan peningkatan kualitas pelayanan jasa dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Kualitas jasa adalah “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”
(Wyckof, dalam Lovelock, 1998)

“Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.” (Fandy Tjiptono 1996:59)

Dalam bisnis tempat pijat refleksi jasa pelayanan yang diberikan oleh seorang pelayan yang dapat memenuhi keinginan dan harapan dari pelanggan dapat menjadi suatu kunci kesuksesan untuk mencapai kepuasan konsumen.

Menurut beberapa pakar, seperti Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (1996:69) yang meliputi: *Reliability, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Security, Understanding/Knowing the customer, Tangibles*.

Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1988, Parasuraman dan kawan-kawan (dalam Fitzsimmons dan Fitzsimmons, 1994 ; Zeithaml dan Bithier, 1996) menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi hanya lima dimensi pokok, kelima dimensi ini lebih dikenal sebagai metode SERVQUAL, meliputi kandalan, daya tangkap, kepastian, empati, kebewujudan. SERVQUAL menjadi paradigma tentang pengukuran dari literature tentang kualitas jasa. Dasar bagi kualitas jasa yang mewakili adalah perbedaan/*gap* antara harapan pelayanan yang diberikan atau dijanjikan dengan kenyataan yang diperoleh pelanggan.

Tetapi berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Brady, Cronin, & Brand (2002) yang mengadaptasi sepuluh faktor yang dikembangkan oleh Parasuraman, dan dinamai oleh mereka sebagai SERVPERF dianggap lebih baik. Karena dalam penelitian yang dilakukan oleh Brady, Cronin, dan Brand, SERVPERF memiliki nilai *goodness of fit* yang lebih tinggi, dan *varians* yang lebih baik dibandingkan dengan SERVQUAL. Masalah yang timbul dari SERVQUAL adalah adanya perbedaan antara harapan

pelayanan yang diberikan atau dijanjikan dengan kenyataan yang diperoleh, sedangkan SERVPERF tidak menggunakan skala harapan, tapi SERVPERF hanya memasukan kualitas jasa sehingga mengurangi masalah pada validitas, realibilitas, dan *varians* antar *item*. Jadi kesimpulan dari Brady, Cronin, Brand menitikberatkan pada tiga hal, diantaranya : identifikasi pengukuran SERVPERF lebih dominan daripada SERVQUAL, mengklarifikasi hubungan kualitas jasa dan kepuasan yang diidentifikasi oleh Cronin & Taylor, dan melanjutkan penelitian Cronin & Taylor dengan menitikberatkan efek kualitas jasa dan kepuasan konsumen. Hasil dari ketiga penelitian tersebut adalah memuaskan.

Apabila kualitas jasa telah dilakukan dengan baik, penyedia jasa perlu memperhatikan bagaimana membuat konsumen menjadi puas. Pada dasarnya dimensi-dimensi dari kualitas jasa akan menciptakan kepuasan bagi konsumen, karena konsumen yang memperoleh kepuasan merupakan modal dasar bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan perusahaan. Menurut Czepiel & Gilmore (1987) loyalitas konsumen adalah keinginan spesifik untuk melanjutkan suatu hubungan dengan penyedia jasa/layanan.

Kualitas jasa mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap perusahaan. Kualitas yang baik dapat dapat memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan penyediaan jasa/layanan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan konsumen.

Demikian hal tersebut apabila di analisis lebih jauh hubungan antara kualitas dan keuntungan jangka panjang terlihat dalam dua hal, yaitu faktor keuntungan eksternal

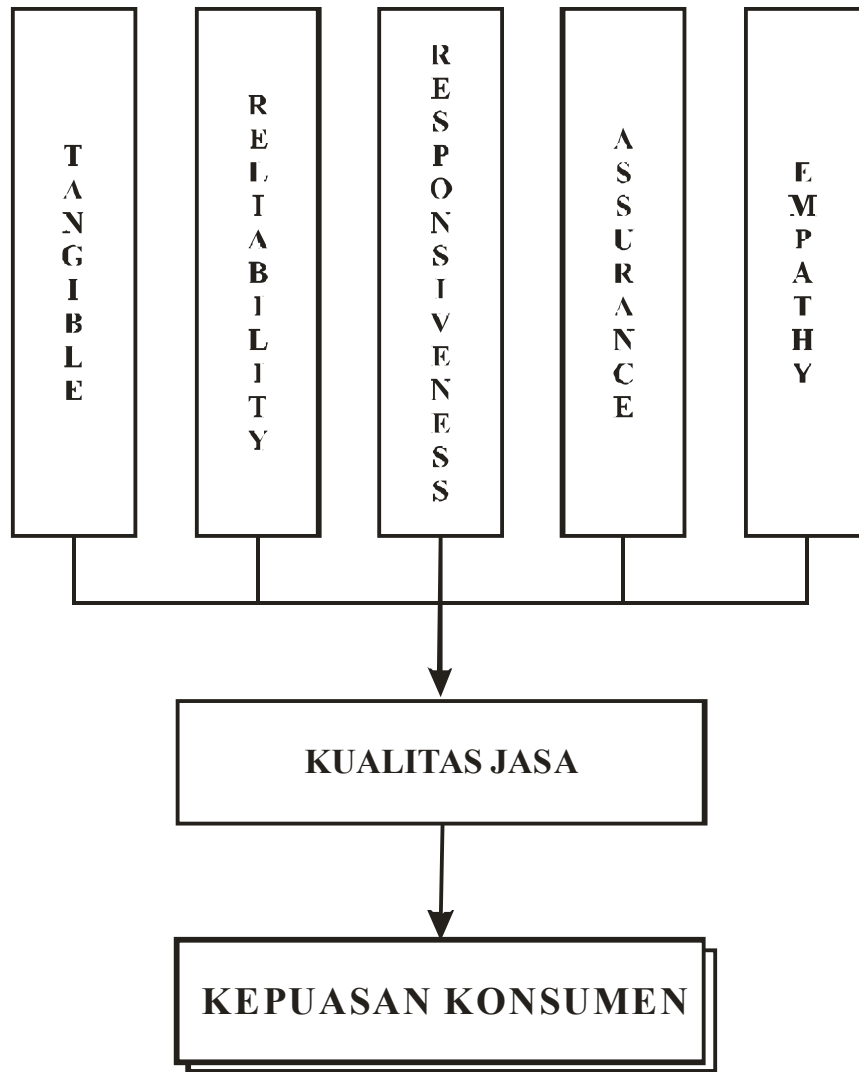
yang diperoleh dari kepuasan pelanggan dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perbaikan efisiensi produk (Sviokla)

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan juga dapat diukur dengan cara menggunakan skala Likert yang dirancang untuk memungkinkan pelanggan menjawab dalam berbagai tindakan pada setiap butir yang menguraikan pelayanan/produk. Kategori yang dipergunakan oleh skala Likert berupa analisis tingkat kepentingan dan kinerja (*performance and importance analysis*) dengan lima kategori sebagai berikut (Supranto, 1997):

Sangat penting/sangat puas	5
Penting/puas	4
Netral/netral	3
Tidak penting/tidak puas	2
Sangat tidak penting/sangat tidak puas	1

Apabila suatu kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa baik, maka diharapkan konsumen akan merasa puas pada penyedia jasa.

Maka dari uraian di atas dapat disimpulkan gambar kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

1.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1:

Adanya pengaruh antara kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen

Hipotesis 2:

Tidak ada pengaruh antara kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini sebagai pengantar dalam penulisan skripsi yang mengemukakan tentang Pengaruh Kualitas Jasa Refleksi Terhadap Kepuasan Konsumen. Karena kesehatan merupakan sesuatu hal yang paling menjadi perhatian masyarakat dewasa ini. Di saat seperti sekarang ini, bisnis pijat refleksi merupakan suatu peluang bisnis yang sangat baik. Hal ini dapat dikatakan seperti ini, karena bisnis pijat reflesi ini telah menjadi salah satu kebutuhan bagi gaya hidup sehat masyarakat *cosmopolitan*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan berbagai teori yang relevan dengan topik yang berhubungan dengan penelitian mengenai kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen serta bukti-bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya.. Bab ini juga mengembangkan hipotesis- hipotesis yang perlu dipecahkan sesuai dengan konsep dan teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mengemukakan gambaran umum mengenai Jerry`s reflexology sebagai objek penelitian.

Bab ini juga berisi penjelasan mengenai sifat penelitian, sumber data, populasi dan pengambilan sample, teknik pengumpulan data, definisi operasional, variabel-variabel penelitian dan prosedur analisis data awal yang dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini mengemukakan analisis data yang diperoleh, mengolah data dengan metode-metode yang ada dan pembahasan masalah sehingga diperoleh hasil penelitian yang memadai.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil pembahasan bab-bab sebelumnya serta memberikan saran-saran yang logis bagi perusahaan yang sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh.