

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Memuaskan pelanggan adalah pertahanan terbaik dalam melawan saingan. Perusahaan yang berhasil menjaga agar pelanggannya selalu puas hampir tak terkalahkan. Para pelanggannya menjadi lebih setia, mereka lebih sering membeli, dan mereka rela membayar lebih banyak untuk membeli produk perusahaan itu. Mereka tetap menjadi pelanggan bila perusahaan itu sedang mengalami kesulitan untuk menyesuaikan diri pada perubahan.

Persaingan yang semakin ketat saat ini telah menjadikan pelanggan semakin penting bagi kehidupan perusahaan. Saat ini pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan. Jika dulu pelanggan yang harus “mengejar” produsen, maka kini justru produsen yang harus “mengejar” pelanggan. Maka dari itu perusahaan harus mampu mewujudkan kepuasan pelanggan agar pelanggan menjadi lebih setia kepada perusahaan dan tidak akan beralih ke pesaing.

Kemajuan teknologi yang disertai dengan adanya inovasi dan kemajuan informasi telah mengakibatkan terjadinya persaingan yang semakin ketat dalam memperebutkan pangsa pasar dengan menawarkan berbagai pilihan produk/jasa, khususnya untuk suatu usaha yang sejenis, di mana produk/jasa yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan tersebut hampir sama. Kemajuan tersebut telah menyebabkan kebutuhan manusia terhadap produk dan jasa semakin meningkat, seperti halnya dalam jenis usaha jasa salon. Untuk itu, maka setiap perusahaan

harus mampu menunjukkan keunggulannya agar dapat bersaing dengan pesaingnya, di mana salah satu caranya adalah dengan memberikan pelayanan yang baik.

Dengan adanya pelayanan yang baik, maka kemungkinan besar pelanggan akan merasa puas dan akan menginformasikan tentang adanya perusahaan kepada pihak lain, yang dalam hal ini adalah calon pelanggan. Namun sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kurang baik atau bahkan buruk, maka mungkin saja pelanggan akan menceritakan hal tersebut kepada pihak lain, yang dalam hal ini termasuk pula calon pelanggan potensial. Pelanggan ini akan berpindah ke perusahaan lain yang dianggapnya dapat memberikan pelayanan yang lebih baik. Oleh karena itu, pelayanan yang baik akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan, sehingga akan menjadi bahan pertimbangan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Cha-Chang Salon adalah salah satu salon yang berada di Bandung, tepatnya di jalan Jenderal Sudirman no. 408 Bandung. Cha-Chang Salon ini berdiri pada tahun 1970-an. Hanya disahkan pada tahun 1980-an.

Ketika pelanggan memasuki suatu salon, maka pelanggan memiliki berbagai harapan mengenai bagaimana mereka memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Mereka memiliki harapan yang berbeda mengenai jasa apa yang dibeli, di mana membelinya, dengan harga berapa produk tersebut dibeli, dan pelayanan yang bagaimana yang mereka peroleh. Kepuasan pelanggan memegang peranan yang penting karena dengan tercapainya kepuasan pelanggan ini, maka dalam jangka panjang perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya.

Salon ini didirikan oleh Tan Lip Siang yang lebih dikenal dengan nama Cha-Chang, dan nama tersebut yang digunakan untuk nama salon tersebut. Hingga sekarang salon ini berdiri dan pelanggan-pelanggan menyatakan puas atas service-service yang diberikan salon ini.

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan sehubungan dengan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang diberi judul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DI CHA-CHANG SALON BANDUNG”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam melakukan aktivitas untuk memuaskan pelanggan, perusahaan menghadapi berbagai masalah, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Masalah eksternal diantaranya adalah selera konsumen, kondisi ekonomi dan politik negara, serta kebijakan pemerintah. Masalah internal dapat berupa kemampuan perusahaan dalam merencanakan, mengelola, dan mengendalikan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai.

Kualitas pelayanan yang baik akan lebih menjamin tingkat kepuasan pelanggan, apakah sesuai dengan harapannya atau tidak. Tingkat kepuasan pelanggan tersebut memungkinkan perusahaan untuk mengetahui sekaligus merencanakan bentuk pelayanan yang seharusnya menjadi prioritas utama, dan yang hanya sebagai pelengkap, serta memungkinkan perusahaan untuk memperbaiki kecepatan, ketepatan, dan keramahan dalam sistem pelayanan.

Dari pengamatan sekilas, penulis mengidentifikasi pokok permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cha-Chang Salon?
2. Bagaimana sikap dan tanggapan pelanggan akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cha-Chang Salon?
3. Seberapa besarkah pengaruh antara kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Cha-Chang Salon terhadap tingkat kepuasan pelanggan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data yang dapat dianalisa, diidentifikasi, dan kemudian disimpulkan, serta memperoleh informasi-informasi yang berkenaan dengan kualitas pelayanan yang dilaksanakan perusahaan, untuk digunakan sebagai bahan penelitian.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh gambaran nyata mengenai pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cha-Chang Salon.
2. Untuk mengetahui sikap dan tanggapan pelanggan akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cha-Chang Salon.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Cha-Chang Salon terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan masukan yang berguna bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi penulis sendiri
 - a. Agar dapat menambah pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya dalam bidang jasa.
 - b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam usaha yang bergerak di bidang jasa.
 - c. Penelitian ini merupakan pengalaman yang sangat berharga dan sarana untuk melihat aplikasi suatu ilmu dalam praktek yang sebenarnya di lapangan, khususnya di tempat penulis mengadakan penelitian ini.
 - d. Untuk memperoleh data yang dapat digunakan dalam menyusun skripsi yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA.
2. Bagi perusahaan
 - a. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa dapat lebih profesional dalam menjalankan usahanya.
 - b. Sebagai bahan informasi mengenai masalah-masalah yang dihadapi perusahaan, terutama dalam masalah kualitas pelayanan, sehingga diharapkan perusahaan akan menetapkan kualitas pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya.

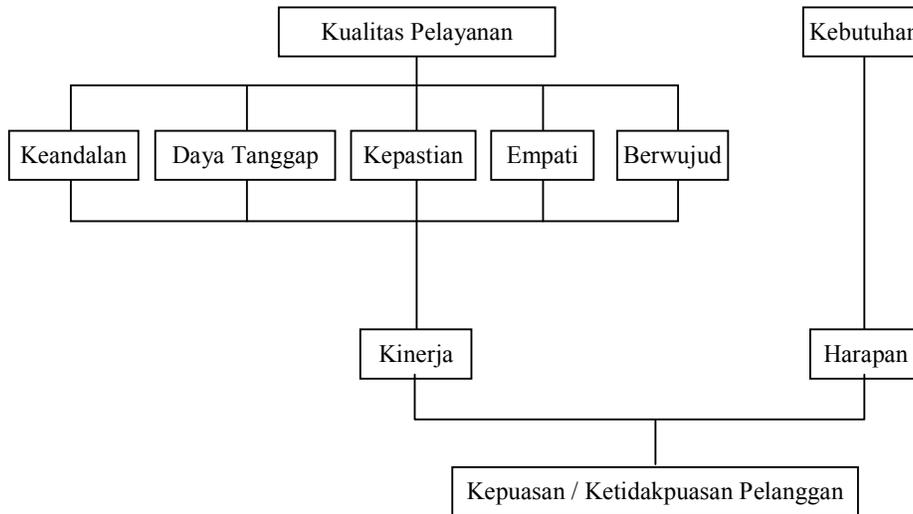
- c. Dengan adanya kualitas pelayanan yang lebih baik, maka diharapkan akan memberikan kepuasan kepada pelanggannya.
 - d. Di tempat penulis melakukan penelitian, penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat memberikan masukan-masukan yang berarti bagi kegiatan pemasaran, khususnya terhadap pelayanan yang diberikan salon secara efektif dan efisien kepada pelanggan sarannya, melalui saran-saran perbaikan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada.
3. Bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak-pihak lain
- Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam menambah pengetahuan serta wawasan pemikiran rekan-rekan mahasiswa sekalian dan pihak-pihak lain yang sekiranya berkepentingan dengan hasil penelitian ini, khususnya di dalam memahami dunia pemasaran, serta diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Umumnya tujuan perusahaan dalam jangka pendek adalah untuk memperoleh laba sebesar-besarnya melalui aktivitas perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan dan mengembangkan kontinuitas perusahaan. Dengan semakin tingginya tingkat persaingan saat ini, maka perusahaan selalu berusaha untuk menggunakan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai agar dapat mempengaruhi pelanggan sebanyak mungkin. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan

adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi pelanggan. (dapat dilihat pada Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran)

Gambar 1.1
Bagan Kerangka Pemikiran



Menurut Lovelock (1996: 367), ada lima penentu kualitas jasa, yang disajikan secara berurut berdasarkan nilai pentingnya bagi pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan

Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.

2. Daya Tanggap

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

3. Kepastian

Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

4. Empati

Kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

5. Berwujud

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

Apabila pelayanan dapat dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan, maka akan menghasilkan kinerja yang baik dari barang atau jasa yang dihasilkannya, dan apabila kinerja tersebut sesuai, maka akan tercipta kepuasan pelanggan.

Menurut Lovelock (1991:377), setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda, oleh karena itu setiap pelanggan mempunyai harapan yang berbeda pula mengenai kepuasan dan ketidakpuasannya.

Menurut Tjiptono (1997: 2), bahwa kualitas adalah sesuatu yang berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan bagi pelanggan. Apabila kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi, maka pelanggan akan mengalami kepuasan.

Menurut Tjiptono (2000: 146), kepuasan pelanggan merupakan tugas perusahaan yang harus dilakukan secara terus menerus karena kepuasan pelanggan bersifat dinamis, sehingga perusahaan perlu terus menerus memperbaiki jasa yang dihasilkan untuk mendapatkan jasa yang benar-benar berkualitas dan memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Valerie A. Zeithmal, Mary Jo Bitner, dan Dwayne P. Grenler (2006: 81) harapan pelanggan diartikan sebagai tingkat jasa yang diharapkan yang akan didapatkan oleh konsumen dan tingkat jasa yang mau diterima konsumen. Hal ini merupakan gabungan dari kepercayaan konsumen akan apa yang bisa dan harus didapatkan.

Menurut Tjiptono (2000: 90), kinerja merupakan hasil kerja yang dirasakan konsumen atas produk/jasa yang dibelinya. Konsumen akan merasa puas apabila menerima hasil kerja dari produk/jasa sesuai dengan yang diharapkannya.

Kotler (2000: 57) memberikan definisi tentang kualitas yang berisikan bahwa:

“Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs”

artinya:

“Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan atas unsur-unsur dan kualitas pelayanan yang menyertai suatu produk/jasa akan mempengaruhi tingkah laku pelanggan yang berikutnya. Apabila pelanggan merasa puas, maka kemungkinan besar pelanggan akan melakukan pembelian ulang, serta menginformasikan hal tersebut kepada calon pelanggan potensial lainnya tentang produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, sehingga akan memberikan citra yang baik bagi perusahaan. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas, maka mereka akan berhenti untuk membeli produk/jasa dari perusahaan tersebut, sehingga akan memberikan citra yang buruk bagi perusahaan.

Apabila terjadi ketidakpuasan yang dialami pelanggan setelah pembelian, maka pihak perusahaan harus mengambil tindakan yang dapat memperkecil ketidakpuasan tersebut. Tindakan tersebut antara lain dengan mengadakan

perbaikan yang perlu dan memungkinkan, meminta dan menghimpun saran-saran dari pembeli, atau menjanjikan perbaikan pada kunjungan yang akan datang.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik suatu hipotesa sebagai berikut:

“Kualitas Pelayanan yang baik dari Cha-Chang Salon akan berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen”.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei, yang berguna untuk memperoleh informasi dari sebagian populasi (responden), dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cha-Chang Salon. Dalam survei ini informasi dikumpulkan secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner.

1.6.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, yang bertujuan untuk memperoleh data responden secara terstruktur, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat, serta korelasi antara variabel yang diselidiki.

Sedangkan sifat penelitiannya adalah verifikasi, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.

1.6.3 Jenis dan Sumber Data

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh dengan melakukan riset lapangan (*Field Research*). Riset ini dilakukan dengan cara melakukan penelitian langsung pada objek yang akan diteliti. Datanya berupa tanggapan dan respon dari pelanggan mengenai pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan pelanggan di Cha-Chang Salon.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dengan melakukan riset kepustakaan (*Library Research*). Riset ini dilakukan dengan mempelajari data-data yang diperoleh dari laporan-laporan, buku-buku teks, catatan kuliah, tulisan-tulisan ilmiah, dan sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Penulis melakukan penelitian langsung di Cha-Chang Salon dengan mewawancarai pemilik, staf, juga pelanggan untuk memperoleh keterangan dan data-data yang diperlukan yang berkaitan erat dengan penelitian. Data

yang dikumpulkan ini nantinya akan diikutsertakan dalam analisis maupun sebagai dasar untuk menyusun kuesioner.

2. Observasi

Penulis melakukan pengamatan dengan terjun langsung ke lapangan dan mencatat apa saja yang penting mengenai objek yang diteliti, yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini.

3. Kuesioner

Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data atau keterangan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Dalam merancang kuesioner ini, penulis berusaha untuk menggabungkan model-model di dalam teori manajemen pemasaran dengan keadaan yang dihadapi oleh Cha-Chang Salon itu sendiri.

1.6.5 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul secara lengkap dan tersusun secara sistematis, langkah selanjutnya adalah mengolah data. Menurut sifatnya, data yang diperoleh dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu:

1. Kualitatif

Yaitu dengan cara mendeskripsikan presentasi jawaban responden, yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel.

2. Analisis Kuantitatif

Yaitu data yang berbentuk numerik dijabarkan untuk mendukung penelitian sehingga dapat menyatakan kebenaran. Data yang terkumpul kemudian

diproses dan dianalisis, dan cara penyelesaiannya dengan menggunakan metode statistik.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengambilan sampel secara acak sederhana (*simple random sampling*).

1.6.6 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang diukur, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas, atau variabel yang mendahului variabel lain yang tidak bebas.

Yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan Cha-Chang Salon.

2. Variabel tidak bebas atau terikat (*Dependent Variable*)

Yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Yang menjadi variabel tidak bebas (Y) dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan pelanggan.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) Bab, yang meliputi:

Bab I : Pendahuluan, memuat tentang: Latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

- Bab II : Tinjauan pustaka, membahas tentang: pengertian pemasaran, jasa, kualitas pelayanan, konsep kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan
- Bab III : Objek dan metodologi penelitian, membahas tentang: objek penelitian, dan metodologi penelitian.
- Bab IV : Hasil penelitian dan pembahasan, yang membahas tentang: gambaran umum perusahaan, tujuan pelayanan yang diberikan Cha-Chang Salon, kebijakan kualitas pelayanan yang diberikan Cha-Chang Salon, pelaksanaan pelayanan di Cha-Chang Salon, sikap dan tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cha-Chang Salon dan tingkat kepuasan pelanggan Cha-Chang Salon.
- Bab V : Kesimpulan dan Saran, merupakan bab terakhir, yang menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang relevan dari hasil penelitian yang mudah-mudahan dapat berguna khususnya bagi Cha-Chang Salon.