

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya perekonomian Indonesia berimbas pada meningkatnya pertumbuhan bisnis yang diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, tidak terkecuali pada bisnis jasa pemotongan rambut khusus pria. Perkembangan ini diketahui dengan meningkatnya jumlah bisnis salon pria yang semakin banyak berkembang dari tahun ke tahun. Melihat situasi yang kian kompetitif seperti ini, menyebabkan para pengusaha salon pria semakin dituntut memiliki strategi untuk meningkatkan jumlah pelanggan serta omset bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2016), perusahaan harus selalu bergerak maju, melakukan inovasi produk dan layanan, tetap berhubungan dengan kebutuhan pelanggan, dan mencari keuntungan baru daripada mengandalkan pada kekuatan masa lalu. Untuk dapat menjadi pemimpin pasar, perusahaan harus menawarkan produk dan layanan berkualitas unggul yang memberikan nilai pelanggan yang tidak tertandingi. Menurut Levit (1987) dalam Fasochah dan Harnoto (2014), syarat yang harus dilakukan perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kemampuan pengusaha dalam menciptakan inovasi produk atau jasa dapat memberikan nilai lebih bagi konsumen.

Melihat bisnis *barbershop* di kota Bandung, terdapat peningkatan kualitas layanan dan variasi jasa yang diberikan kepada para konsumen. Kini, usaha *barbershop* dituntut menguasai keterampilan, memberikan keahlian serta

menyediakan kelengkapan peralatan yang sangat representatif. Kondisi ini sangat wajar di tengah pesatnya perkembangan *barbershop* dan usaha jasa pangkas rambut di kota Bandung.

Persaingan antar *barbershop* sebagian besar terdapat pada kualitas layanan barbershop dalam memberikan layanan yang prima bagi konsumen. Dalam mengembangkan bisnis *barbershop* pada umumnya, penerapan suatu jasa yang berkualitas mempengaruhi perkembangan kepuasan konsumen serta mempertahankan pelanggan yang dimiliki. Para pengusaha pengelola industri jasa meyakini bahwa keberhasilan suatu usaha di pasar ditentukan oleh dukungan dari pelanggan yang puas terhadap pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2016), perusahaan harus mencoba untuk memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, karena hal ini mengarah pada pembelian ulang yang lebih, pertumbuhan dan keuntungan yang lebih tinggi, kepuasan pemegang saham lebih tinggi, dan mengarah pada investasi yang lebih besar dan sebagainya.

Barbershop merupakan salah satu bisnis jasa yang mulai berkembang di kota Bandung, beberapa *barbershop* yang ada bernama antara lain Glorious Barbershop di jalan Panghegar, My Classy Barbershop di daerah Talaga Bodas, Rawk Barbershop di jalan Sarimanah, Barber Pop di jalan Karangsari Setiabudhi dan sebagainya. Perkembangan bisnis ini didorong perubahan kebutuhan masyarakat khususnya kaum pria terhadap kebutuhan akan penampilan yang prima.

Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan merupakan hal utama yang harus dipertimbangkan dalam menjalankan suatu bisnis. Menurut Kartika et al. (2008) saat ini konsep kualitas layanan telah menjadi faktor yang dominan terhadap

keberhasilan suatu organisasi. Untuk mewujudkan keberhasilan tersebut, pengusaha diminta melakukan pengelolaan usaha dengan kondusif dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif.

Barber Pop merupakan salon kelas premium khusus pria yg memberikan kenyamanan dengan harga yang premium. Barber Pop mempunyai beberapa cabang di kota Bandung diantaranya terletak di Jl. Karang Sari No.2 Setiabudi (Saka Bistro), Jl. Aria Jipang No.1 (Dipa Junction), Jl. Cimanuk No. 11 (Vanilla Building Lt. 1) dan beberapa tempat lainnya. Karyawan yang melayani pelanggan biasanya antara lima sampai tujuh orang.

Disadari dengan berbagai fakta bahwa persaingan di industri jasa *barbershop*, “Barber Pop” harus memiliki daya saing. Pemahaman pengaruh kualitas layanan pada loyalitas pelanggan berdampak pada nilai persepsi konsumen yang tepat dan efektif merupakan kunci utamanya. Penelitian tentang pengaruh kualitas layanan pada loyalitas pelanggan telah dilakukan sebelumnya oleh Gunawan dan Djati (2011), hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja Bali. Peneliti lainnya Kartika et al. (2008) menemukan bahwa variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* berpengaruh secara serentak dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel *reliability* merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan laundry 5Asec di Surabaya. Kemudian hasil penelitian Unnisyak (2014) juga membuktikan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan

terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu, kualitas layanan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pengaruh kualitas layanan pada loyalitas pelanggan tidak dapat diabaikan dan perlu diteliti lebih dalam.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Barber Pop (Studi pada pelanggan Barber Pop Setiabudi Bandung).”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop Setiabudi Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop Setiabudi Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop Setiabudi Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop Setiabudi Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pihak-pihak, antara lain:

1. Manfaat Bagi Akademisi

Dapat memberikan sumbangan wawasan dan ilmu di bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas layanan pada loyalitas pelanggan. Selain itu, juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan mengambil topik yang serupa.

2. Manfaat Bagi Praktisi Bisnis

Dapat memberikan gambaran tentang perilaku loyalitas konsumen khususnya dalam industri *barbershop*. Dengan mengetahui indikator-indikator kualitas pelayanan yang tepat, maka pengusaha *barbershop* dapat mengambil langkah strategi pelayanan yang lebih efektif. Hal ini penting terutama untuk merebut pangsa pasar konsumen *barbershop*.