

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia, sebagai salah satu negara dengan populasi terpadat di dunia, memiliki potensi pasar yang besar di sektor pemasaran jasa. Di negara yang sedang berkembang ini, kepuasan konsumen menjadi aspek penting untuk diteliti, karena kelangsungan dan kesuksesan usaha. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2019), kepuasan konsumen terwujud ketika kinerja perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, faktor ini dapat diukur melalui pemahaman terhadap harapan konsumen, dan jika perusahaan melebihi harapan tersebut, maka konsumen cenderung merasa puas, kepuasan ini memiliki potensi untuk membentuk loyalitas konsumen dan meningkatkan penjualan perusahaan, khususnya dalam industri pemasaran jasa seperti salon.

Chetrine salon yang telah beroperasi selama 8 tahun sejak tahun 2016 di Jl halat kel no 76C Kota matsum III Medan Kota, Sumatera Utara. Chetrine salon merupakan salah satu usaha salon kecantikan dan tata rambut khusus untuk wanita yang menyediakan layanan jasa kecantikan. Adapun layanan jasa yang disediakan yaitu colouring rambut, hair cut, eyelash extension, lash lift smoothing keratin, pedi cure, manicure, facial totok, facial kolagen, hairdo, make up, keriting permanen, terapi telinga, reflexi kaki & punggung, hair spa, bodyblech, spa vagina, body whitening dan creambath. Salah satu perawatan yang banyak diminati oleh konsumen adalah creambath, dikalangan usia 20 tahun ke atas.

Menurut Widayanti (2020), menjelaskan bahwa creambath adalah jenis perawatan rambut yang umum digunakan untuk mendapatkan rambut yang lembut, mengurangi kerontokan, dan mencegah uban. Pemakaian cream creambath dilakukan setelah proses penyampoan dan diikuti dengan pemijatan kulit kepala. Selama proses creambath, pijatan meliputi kepala, leher, punggung, dan tangan, yang memberikan efek relaksasi, mengurangi ketegangan otot, dan menghilangkan kelelahan. Dari hasil wawancara yang dilakukan pada saat observasi kepada karyawan yang ada di chetrine salon, mengatakan konsumen yang datang melakukan perawatan layanan jasa di salon adalah wanita yang sudah bekerja, dengan usia 20 tahun ke atas.

Dalam Artikel Azhari & Akyas (2019), menuliskan seseorang dikatakan dewasa awal usia 18 – 35 tahun, dengan usia yang sudah dewasa memiliki sifat yang bertanggung jawab akan hidupnya. Penulis juga membagikan angket kepada konsumen, berdasarkan angket tersebut penulis melihat bahwa konsumen memilih melakukan perawatan di chetrine salon di karenakan lokasi salon, fasilitas yang disediakan, kebersihan, pelayanan karyawan dan kualitas jasa, chetrine salon juga memberikan bonus 1 kali perawatan creambath gratis kepada konsumen yang sudah berkunjung 6 kali. Ada juga konsumen yang datang ke chetrine salon dikarenakan ajakan oleh teman atau keluarganya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka Penulis tertarik untuk melakukan Penelitian tentang **“Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Memilih Layanan Jasa Creambath di Chetrine Salon “**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Banyak konsumen chetrine salon memilih layanan jasa creambath.
2. Konsumen yang datang di chetrine salon berusia 20 tahun ke atas.
3. Terdapat faktor yang mempengaruhi konsumen seperti:
 - a. Lokasi salon: adanya kendala aksesibilitas atau jarak yang jauh dari tempat tinggal konsumen.
 - b. Kebersihan: kurangnya kebersihan seperti lantai kotor, peralatan yang tidak steril, atau kebersihan personal staf.
 - c. Fasilitas yang disediakan: kurangnya fasilitas seperti area tunggu yang nyaman, parkir yang memadai, atau perlengkapan yang tidak lengkap yang ditawarkan dengan preferensi konsumen.
 - d. Pelayanan karyawan: kurangnya keramahan atau profesionalisme dari staf salon menjadi masalah potensial.
 - e. kualitas layanan jasa: jika hasil akhir tidak sesuai harapan konsumen, seperti tidak ada efek relaksasi yang nyaman dalam pemijatan yang dilakukan hal ini bisa menimbulkan ketidakpuasan.
 - f. Promo diskon: ketidakjelasan syarat dan ketentuan promo, atau penawaran yang terlalu membatasi bisa membuat konsumen merasa tertipu atau tidak dihargai.

- g. Ajakan teman atau keluarga: bisa menjadi indikasi bahwa salon tidak memiliki daya Tarik atau reputasi yang cukup kuat untuk menarik kosumen tanpa rekomendasi dari orang terdekat.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang terdapat pada penelitian ini, maka keterbatasan masalah yang diteliti yaitu:

1. Penelitian ini berfokus pada chetrine salon dengan jumlah responden terbatas hanya 30 konsumen.
2. Penelitian ini dibatasi pada analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan jasa creambath (Kualitas layanan kepuasan konsumen, kebersihan ruangan, profesionalisme staf, ketepatan waktu, ketersediaan produk layanan).
3. Penelitian ini dibatasi hanya pada tahap langka kerja pijatan bagian kepala dan leher.
4. Respondennya wanita berusia 18-35 tahun yang datang pada tanggal 14 – 21 November

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka permasalahan penelitian ini Akan dirumuskan Sebagai Berikut: Bagaimana mengetahui tingkat kepuasan konsumen wanita memilih layanan jasa creambath di chetrine salon?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka perlu adanya tujuan penelitian, agar dalam pelaksanaannya tepat pada sasaran dan jelas arahnya. Adapun tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen wanita terhadap layanan jasa creambath di chetrine salon

1.6 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu chetrine salon dalam memahami tingkat kepuasan konsumen dan mengidentifikasi area dimana layanan jasa creambath dapat ditingkatkan. Hal ini akan membantu meningkatkan kualitas layanan yang disediakan oleh salon.
2. Sebagai sumber pengetahuan bagi mahasiswa PKK Program Studi Tata Rias Universitas Negeri Medan dalam memberikan kepuasan konsumen.
3. Sebagai bahan masukan bagi peneltian – penelitian selanjutnya yang relavan dan melanjutkan hasil penelitian ini.
4. Bagi UNIMED sebagai bahan masukan bagi penelitian – penelitian selanjutnya yang relavan dan melanjutkan hasil penelitian.

THE
Character Building
UNIVERSITY