

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Seiring dengan perkembangan gaya hidup zaman sekarang, penampilan menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat. Penampilan bukan hanya menjadi kebutuhan wanita, kini pria juga ingin selalu tampil rapi dan menarik disetiap kegiatan maupun acara. Fenomena ini pun berlaku pada laki-laki, yang saat ini mulai memperhatikan penampilan dan perawatan tubuh. Kecenderungan pria yang mulai melakukan perawatan rambut, kulit, kuku dan lain-lain. Sehingga muncul lah peluang bisnis bagi pelaku bisnis, kemunculan *Barbershop* yang kini mulai luas seolah menjawab kebutuhan laki-laki akan perawatan dirinya. *Barbershop* khususnya di kota Medan sangatlah banyak, dari mulai kelas menengah ke bawah, menengah ke atas dan juga kelas atas. disertai dengan peningkatan kualitas pelayanan dan suasana tempat usaha yang lebih modern, bersih dan nyaman sehingga secara bertahap para pelaku usaha telah mampu merubah pandangan masyarakat dari yang tadinya menyatakan tempat pangkas rambut atau cukur rambut itu kumuh dan kurang tersedia fasilitas, menjadi tempat yang bersih dan nyaman, serta tersedia fasilitas yang memuaskan konsumen

Persaingan *barbershop* di kota Medan sangatlah ketat sekali, sehingga membuat *barbershop* di kota Medan berlomba-lomba mencari klien dengan cara promosi melalui media sosial dengan cara menarik dan unik, bahkan *barbershop* menawarkan kualitas dan fasilitas yang aman dan nyaman bagi setiap klien yang

datang berkunjung dan *barbershop* juga tidak lupa memperhatikan kinerja karyawan karena hal tersebut juga dapat berpengaruh pada kenyamanan dan kepuasan setiap pelanggan yang datang.

Kata barber berasal dari bahasa latin yaitu *barba* (jenggot) dimana seorang barber itu merupakan orang yang memiliki pekerjaan utama dalam hal memotong rambut, merawat rambut, dan membuat gaya rambut laki-laki, tempat bekerjanya disebut *barbershop* atau salon.

Classic Barbershop merupakan salah satu nama *barbershop* yang ada di kota Medan, tepatnya terletak di jalan Menteng Raya no. 369, Medan denai. Seperti pada umumnya, classic barbershop juga menyediakan berbagai fasilitas dan layanan barbershop pada umumnya. Banyaknya barbershop lain dan juga munculnya nama-nama baru, khususnya di kota Medan tidak menghalangi Classic barbershop untuk tetap bertahan, bahkan hingga saat ini masih mampu bersaing. Memberikan pelayanan dan juga fasilitas yang memuaskan bagi pelanggan merupakan suatu keharusan untuk tetap eksis ditengah-tengah perkembangan barbershop di Indonesia. Perusahaan dituntut untuk memenuhi kepuasan konsumen, sehingga perusahaan harus jeli melihat pergeseran kebutuhan dan keinginan yang sangat cepat berubah.

Classic barbershop dikembangkan dengan konsep memaksimalkan pelayanan terbaik dengan menyediakan tukang cukur yang cakap, tempat yang nyaman, lokasi yang mudah di akses dan harga yang terjangkau. Classic Babershop melayani, *cream bath, coloring, washing face, masker wajah, scrub* dll. Walaupun begitu, masih terdapat adanya keluhan dari pelanggan yang mengeluhkan mengenai

kualitas pelayanan dari classic barbershop tersebut yang kurang mampu membuat pelanggan merasa puas.

Tabel 1.1 Daftar pengunjung classic barbershop pada tahun 2023

Bulan	Jumlah (orang)
Januari	622
Februari	598
Maret	765
April	950
Mei	650
Juni	740
Juli	590
Agustus	860
September	670
Oktober	655
November	728
Desember	760

Sumber: pemilik classic barbershop

Berdasarkan table 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah konsumen *classic barbershop* menteng raya medan mengalami kenaikan dan penurunan. Kenaikan tertinggi terdapat pada bulan April (hari raya idul fitri 2023) dengan jumlah pelanggan sebanyak 950 orang. Sedangkan pelanggan terendah terdapat pada bulan Februari dengan jumlah pelanggan 598 orang. Berdasarkan wawancara dgn pemilik classic barbershop target bulanan yang saharusnya dicapai adalah 650 orang.

Berdasarkan data diatas, jumlah pengunjung yang mengalami penurunan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan dan fasilitas yang diberikan kepada pelanggan sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan yang masih kurang sesuai dengan harapan pelanggan membuat pelanggan masih

mempertimbangkan tukang pangkas classic barbershop tersebut. Sesuai dengan Penelitian yang dilakukan oleh Pantilu et al., (2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan, fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam Mardikawati (2019) Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan konsumen terletak pada kualitas dan fasilitas yang ditawarkan dan kemudian setiap perusahaan berusaha menarik pelanggannya dengan memberikan layanan dan kenyamanan terbaik bagi setiap pelanggannya.

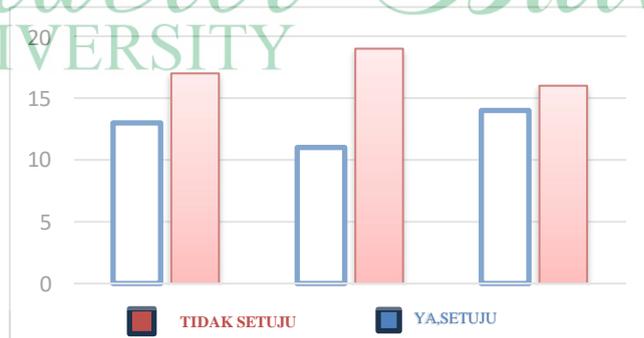
Menurut Kotler & Amstrong (2018:39) Kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Dengan demikian kepuasan pelanggan ini juga berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan yang dapat memberikan banyak nilai baik bagi konsumen maupun perusahaan sendiri. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen.

Kasmir (2017) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah harapan atau perasaan seseorang atau suatu pembelian suatu barang atau jasa. Kepuasan

pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan fasilitas. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Penelitian ini penting dilakukan agar dapat mengukur seberapa baik pelayanan yang telah diberikan, serta mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan perusahaan selama ini, yang akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Dengan demikian diharapkan perusahaan dapat mengetahui serta mengantisipasi secara jelas tentang apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan, sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menangani keluhan pelanggan, meningkatkan layanannya secara lebih baik, serta dapat bersaing dalam segmentasi pasar yang ada, agar tujuan perusahaan tercapai dan dapat berkembang di masa mendatang.

Untuk mengetahui fenomena permasalahan yang terjadi di classic barbershop Menteng Raya tersebut, maka peneliti menyebarkan kuisioner ke 30 responden. Berikut hasil dari pra survei yang ditemukan sebagai fenomena permasalahan pada kepuasan pelanggan di classic barbershop menteng dapat dilihat pada Gambar 1.1

Pra survey fenomena permasalahan kepuasan pelanggan



Gambar 1.1 Grafik pra survey kepuasan pelanggan

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat dilihat sebanyak 16 menjawab Tidak dengan pertanyaan (1) apakah kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh classic barbershop sesuai dengan keinginan pelanggan, sebanyak 19 menjawab Tidak dengan pertanyaan (2) apakah pelanggan akan berkunjung kembali karena merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan classic barbershop, sebanyak 20 menjawab Tidak dengan pertanyaan (3) apakah pelanggan akan merekomendasikan classic barbershop kepada teman atau kerabat lainnya karena merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang berikan classic barbershop masih belum sesuai dengan kepuasan pelanggan.

Seperti yang diungkapkan oleh Sunyoto (2019 : 140) bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan di mana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Hal tersebut karena apabila konsumen puas, ia akan membeli kembali atau memberikan rekomendasi pada calon pelanggan lainnya.

Untuk mencapai kepuasan konsumen setiap pelaku usaha mampu mewujudkan harapan konsumen agar kepuasan konsumen terwujud dapat melalui kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya.

Menurut Irawan dalam Mithaaryani (2017) bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan kemudahan. Faktor-faktor tersebut khususnya

kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Christian dalam Rubina (2017), dalam kepuasan konsumen terdapat hal yang sangat penting yaitu Kualitas Pelayanan, dimana aspek yang diukur dalam kualitas pelayanan akan suatu jasa adalah puas atau tidaknya pengguna ketika menggunakan jasa tersebut sehingga dari aspek tersebut dapat terlihat apakah kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik atau belum baik. Menurut Fahmi (2019), sebuah perusahaan berpotensi meningkatkan pangsa pasarnya dengan melalui pemenuhan tingkat kualitas pada pelanggannya. Pemenuhan terhadap keinginan dan kebutuhan serta kualitas jasa akan sangat menentukan bagi suatu kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dimulai dengan pengembangan kebutuhan konsumen dan diakhiri dengan perasaan terpenuhi. Berkurangnya pelanggan diakibatkan oleh pelayanan yang kurang bagus, dan secara mengejutkan hilangnya pelanggan dapat terjadi karena lebih memilih layanan yang dapat memuaskannya.

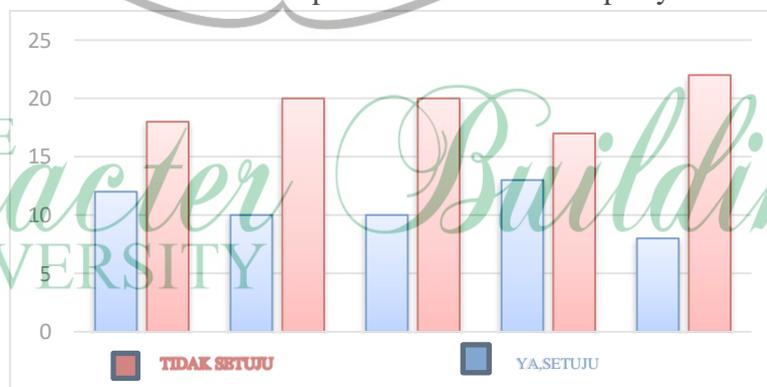
Lebih lanjut Tjiptono & Chandra (2018), menjelaskan terdapat dua faktor yang mempengaruhi Kualitas sebuah layanan, yaitu: *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal dan sebaliknya.

Kualitas pelayanan yang diberikan Classic Barbershop ada beberapa yang kadang belum diterapkan dari pada layanan barbershop lainnya. Pemberiaan sapaan ketika pelanggan masuk gerai masih belum dilakukan. Lalu kegiatan

menginformasikan ke pelanggan untuk mengambil bangku antrean juga kadang tidak dilakukan oleh karyawan yang dapat membuat bingung pelanggan ketika akan potong rambut. Juga konsumen merasa kurang puas dengan fasilitas classic barbershop karena peralatan pangkas yang kurang lengkap sehingga pelanggan merasa tidak yakin dengan gaya rambut yang diinginkan tidak terpenuhi. Tentunya sangat penting untuk selalu memperhatikan kepuasan pelanggan, karena tujuan dari setiap pelaku usaha adalah memperoleh kepuasan konsumen.

Selain mengetahui fenomena permasalahan kepuasan pelanggan, peneliti juga perlu mendapatkan fenomena permasalahan kualitas pelayanan, maka dilakukan juga pra survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 pelanggan di classic barbershop menteng raya sebagai responden. Berdasarkan hasil dari pra survei tersebut ditemukan fenomena kualitas pelayanan pada pelanggan classic barbershop yang dapat dilihat pada Gambar 1.2 sebagai berikut.

Pra survei fenomena permasalahan kualitas pelayanan



Gambar 1.2 Grafik pra survey kualitas pelayanan

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan kualitas yang diberikan karyawan classic barbershop masih kurang sesuai dengan keinginan pelanggan. Terlihat dari hasil pra survei yang menjawab Tidak sebanyak 18 dengan pertanyaan (1) Apakah

anda merasa puas dengan tampilan visual dan layanan classic barbershop? 20 menjawab Tidak dengan pertanyaan (2) Apakah anda merasa layanan classic barbershop dapat diandalkan? 20 menjawab Tidak dengan pertanyaan (3) apakah classic barbershop responsif dalam melayani kebutuhan anda? 17 menjawab Tidak dengan pertanyaan (4) apakah karyawan classic barbershop memberikan informasi yang tepat dengan kebutuhan anda? dan 22 menjawab Tidak dengan pertanyaan (5) Apakah anda dihargai sebagai pelanggan?. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan karyawan classic barbershop masih belum sesuai dengan harapan pelanggan.

Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Kanwezi Henry, (2019) mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

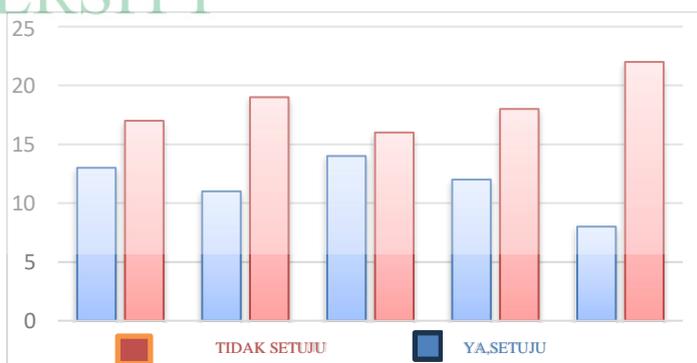
Menurut Sriyani & Hidayat (2017), fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar kerja dalam upaya memberikan kualitas pelayanan yang optima. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu

bentuk jasa tidak dapat dilihat, dicium dan tidak dapat diraba maka aspek wujud fisik menjadi hal yang penting dari suatu pelayanan (Moha & Loindong, 2016). Fasilitas juga merupakan segala sesuatu yang dibuat secara sengaja disediakan penyedia jasa untuk digunakan dan dinikmati oleh konsumen yang dimaksudkan untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal kepada konsumen. Fasilitas memiliki peran yang cukup penting, karena fasilitas menjadi alat pendukung dalam sebuah perusahaan. Fasilitas dalam sebuah usaha juga merupakan hal yang sangat diperhatikan dikarenakan dengan adanya penunjang fasilitas yang cukup baik dapat membuat pelanggan juga merasa tertarik, nyaman terhadap usaha kita.

Semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk menunjang kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Adanya fasilitas yang memadai tentunya akan lebih memudahkan karyawan melakukan pekerjaan sehingga konsumen yang merasakan fasilitas yang tersedia pada usaha kita tentunya merasa puas dan nyaman, dengan begitu banyak pelanggan yang akan datang berulang-kali atau bahkan merekomendasikan tempat usaha kita kepada orang lain.

Character Building
UNIVERSITY

Pra survei fenomena permasalahan fasilitas classic barbershop



Gambar 1.3 Grafik Pra survey fasilitas

Berdasarkan gambar 1.3 menunjukkan bahwa Fasilitas classic barbershop masih kurang sesuai dengan keinginan pelanggan. Terlihat dari hasil pra survei sebanyak 17 menjawab Tidak dengan pertanyaan (1) Apakah menurut anda kondisi fisik classic barbershop sudah baik? 19 menjawab Tidak dengan pertanyaan (2) Apakah toilet yang disediakan classic barbershop layak untuk digunakan dan sebanyak 16 menjawab Tidak dengan pertanyaan (3) Apakah anda pernah tidak mendapat kursi pada saat menunggu antrian di classic barbershop?. 18 menjawab Tidak dengan pertanyaan (4) apakah anda merasa puas dengan pencahayaan ruangan classic barbershop? 22 menjawab Tidak dengan pertanyaan (5) apakah peralatan classic barbershop sudah dapat memenuhi kebutuhan anda? Hal ini membuktikan bahwa fasilitas perlu lebih diperhatikan lagi agar kepuasan pelanggan dapat tercapai.

Menurut (Srijani & Hidayat, 2017), fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar kerja dalam upaya memberikan kualitas pelayanan yang optima. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk menunjang kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Beberapa penelitian terdahulu telah menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas muncul ketertarikan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul skripsi “**Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Classic Barbershop Menteng Raya Medan**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan karyawan classic barbershop yang kurang responsif dan tanggap dalam melayani pelanggan.
2. Toilet yang disediakan classic barbershop kurang layak untuk digunakan.
3. Classic barbershop kurang menyediakan kursi yang cukup banyak untuk pelanggan yang mengantri.
4. Kurangnya peralatan barbershop yaitu tidak disediakannya alat cukur yang lebih modern dan canggih.
5. Kurangnya pencahayaan ruangan dimana adanya area ruangan yang terlalu terang dan ada yang terlalu redup.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tampak adanya beberapa faktor yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Agar penelitian ini dapat dilakukan secara intensif, maka hanya dibatasi pada 3(tiga) variabel saja, yaitu Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat (Y), Kualitas pelanggan (X1), Fasilitas (X2).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, dan Pembatasan Masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadirumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di classic barbershop?
2. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di classic barbershop?
3. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di classic barbershop?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di classic barbershop Menteng Raya Medan?
2. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Classic Barbershop Menteng Raya Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Classic Barbershop Menteng Raya Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya:

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan

memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan

dan pengalaman yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan

Kepuasan Pelanggan.

2. Bagi Classic Barbershop

Penelitian ini sebagai masukan bagi perusahaan dan bahan informasi pertimbangan dalam menyusun strategi Kualitas Pelayanan dan Fasilitas.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literatur kepustakaan Universitas Negeri Medan tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai tambahan referensi dan informasi atau bahan literature bagi penelitalain dan acuan perbandingan dalam penelitian yang sama di masa akan datang



THE
Character Building
UNIVERSITY