

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman dan taraf hidup masyarakat, maka gaya hidup masyarakat akan ikut berkembang. Hal ini membuat masyarakat semakin peduli dengan penampilan berlomba untuk mengikuti tren yang sedang ada, termasuk gaya rambut. Penataan gaya rambut sering diidentikan dengan kaum perempuan, namun sekarang dengan berkembangnya zaman dan kebutuhan, kaum laki laki juga peduli dengan gaya rambut.

Dahulu, hanya ada tukang cukur yang berkeliling dan menunggu di bawah pohon atau tempat pangkas rambut yang berada di pinggir jalan yang sering kita sebut potong rambut Madura. Sekarang, tukang curuk keliling dan potong rambut Madura lebih modern dan kita sebut barbershop dengan kualitas yang jauh lebih baik dari tukang cukur keliling dan potong rambut Madura. Jika dibandingkan dengan tukang cukur keliling dan potong rambut Madura, barbershop memiliki model potongan yang lebih banyak atau dapat menyesuaikan keinginan pelanggan, tidak seperti tukang cukur keliling atau potong rambut Maduraa yang modelnya terkesan hanya itu itu saja dan asal rapi saja.

Desain maskulin dan tenaga yang ahli dibidangnya membuat banyak konsumen yang umumnya laki laki memilih barbershop untuk urusan gaya rambut. Barbershop menjadi jawaban atas kebutuhan kaum laki laki yang tidak mau

memotong rambut dengan gaya yang biasa saja dan tempat yang kurang nyaman serta enggan datang ke salon karena dianggap feminim.

Suasana dan fasilitas yang dihadirkan oleh barbershop terasa lebih nyaman jika dibandingkan dengan tukang cukur bawah pohon atau potong rambut Madura. Dengan adanya pendingin ruangan, pemutar musik dan wifi membuat pelanggan lebih senang datang ke barbershop daripada tukang cukur bawah pohon atau potong rambut Madura.

Raden Cukur Barbershop yang berdiri pada tahun 2014 merupakan salah satu penyedia layanan pangkas rambut terbaik yang ada di kota Semarang. Bisnis pangkas rambut seperti barbershop memiliki peluang yang besar karena orang akan memotong rambutnya secara periodik. Raden Cukur Barbershop tidak hanya menyediakan jasa pangkas rambut tetapi juga menjual berbagai macam pomade atau minyak rambut. Dalam persaingan yang ketat hal utama yang harus diprioritaskan oleh Raden Cukur Barbershop adalah kepuasan pelanggan.

Dengan semakin banyaknya layanan pangkas rambut seperti Arfa Barbershop, Raja Cukur Barbershop, Uppercut Barbershop, Reza Barbershop, tetapi Raden Cukur Barbershop menjadi salah satu yang dipilih oleh pelanggan karena harganya yang terjangkau dengan kualitas yang tidak kalah bagus dengan barbershop yang ada di sekitar jalan Pleburan Semarang.

Kualitas layanan menurut Tjiptono(2008:85) dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan

pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Raden Cukur Barbershop selalu berusaha memberikan layanan dan hasil terbaik kepada pelanggan.

Persepsi harga (*price perception*) adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong 2008). Pelanggan Raden Cukur Barbershop memiliki persepsi harga yang dapat dijangkau untuk masyarakat dan dengan kualitas yang tidak kalah bagus dengan barbershop lain yang ada di Semarang.

Menurut Kotler dan Keller (2009:403) Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicantumkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen, yang selalu di ingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya. Raden Cukur Barbershop memiliki citra merek atau logo yang mudah dikenali oleh masyarakat dengan promosi melalui iklan pada sosial media dan menyebarkan pamphlet agar lebih banyak lagi masyarakat yang mengenal Raden Cukur Barbershop.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan kecewa atau senang dari seseorang yang muncul setelah mereka membandingkan hasil produk atau jasa yang telah mereka dapatkan dengan ekspektasi yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas dan sesuai dengan ekspektasi mereka maka pelanggan akan tetap menggunakan jasa pada Raden Cukur Barbershop. Dan jika pelanggan tidak merasa puas maka pelanggan akan mencari jasa yang sejenis di tempat lain yang dianggap mampu memenuhi ekspektasi pelanggan dan merasa puas atas jasa yang telah diberikan.

Berikut adalah data yang dapat menunjukkan banyaknya penjualan jasa dan produk Raden Cukur Barbershop pada tahun 2019.

Tabel 1.1
Data penjualan Raden Cukur Barbershop tahun 2019

Bulan	Penjualan	Jumlah pelanggan	Perubahan Penjualan	Perubahan Pelanggan	Prese ntase	Ketera ngan
Januari	Rp 11.250.000	750	-	-	-	-
Februari	Rp 10.350.000	690	Rp 900.000	60	0,08%	Turun
Maret	Rp 9.900.000	660	Rp 450.000	30	0,04%	Turun
April	Rp 11.700.000	780	Rp 1.800.000	120	0,18%	Naik
Mei	Rp 10.800.000	720	Rp 900.000	60	0,07%	Turun
Juni	Rp 11.700.000	780	Rp 900.000	60	0,08%	Naik
Juli	Rp 14.400.000	960	Rp 2.700.000	180	0,23%	Naik
Agustus	Rp 11.250.000	750	Rp 3.150.000	210	0,21%	Turun
September	Rp 10.800.000	720	Rp 450.000	30	0,04%	Turun
Oktober	Rp 12.150.000	810	Rp 1.350.000	90	0,12%	Naik
November	Rp 12.600.000	840	Rp 450.000	30	0,03%	Naik
Desember	Rp 13.500.000	900	Rp 900.000	60	0,07%	Naik
Jumlah	Rp 140.400.000	9.360	-	-	-	-

Sumber: Data Raden Cukur Barbershop 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan data penjualan jasa dan produk pada Raden Cukur Barbershop yang mengalami kenaikan dan penurunan selama tahun 2019 di Kota Semarang. Pada bulan Januari 2019 ke bulan Februari 2019

mengalami penurunan sebesar Rp 900.000 dan 60 pengunjung (0,08%). Pada bulan Maret 2019 mengalami penurunan lagi sebesar Rp 450.000 dan 30 pengunjung (0,04%) lalu di bulan April 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp 1.800.000 dan 120 pengunjung (0,18%). Lalu pada bulan Mei 2019 kembali mengalami penurunan sebesar Rp. 900.000 dan 60 pengunjung (0,07%). Kenaikan kembali terjadi pada bulan Juni 2019 sebesar Rp. 900.000 dan 60 pengunjung (0,08%). Kenaikan terus terjadi pada bulan Juli dan juga pendapatan terbanyak terjadi pada bulan Juli 2019 mencapai angka Rp 14.400.000 dengan kenaikan Rp 2.700.000 dan 180 pengunjung (0,23%) Hal ini terjadi karena pada bulan tersebut sedang ada promosi sekaligus bertepatan dengan hari raya idul fitri dan tahun ajaran baru 2019 sehingga pelanggan meningkat pada bulan Juli. Setelah itu penjualan mengalami penurunan pada bulan Agustus 2019 sebesar Rp 3.150.000 dan 210 pengunjung. Pada bulan September 2019 kembali mengalami penurunan sebesar Rp 450.000 dan 30 pengunjung. Kemudian pada bulan Oktober 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp. 1.350.000 dan 90 pengunjung. Kenaikan terus terjadi pada bulan November 2019 sebesar Rp. 450.000 dan 30 pengunjung. Kenaikan berlanjut pada bulan Desember 2019 sebesar Rp 900.000 dan 60 pengunjung. Jumlah pendapatan pada tahun 2019 sebesar Rp. 140.400.000 yang sudah mencapai angka yang ditargetkan pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp. 135.000.000.

Dilihat dari data tersebut menunjukkan bahwa penjualan Raden Cukur Barbershop dari bulan Januari hingga bulan Desember 2019 mengalami peningkatan dan penurunan yang tidak stabil hal ini menjadi masalah dan menarik

untuk diteliti. Berikut adalah ulasan dari beberapa pengunjung Raden Cukur Barbershop Semarang.

Tabel 1.2
Ulasan Pelanggan

No	Nama	Variabel	Sumber	Ulasan Positif dan Negatif
1	Muhamad Ilman (Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro, 19 tahun)	Kualitas Layanan	Pengunjung Raden Cukur Barbershop Semarang	- Positif: Hasil potongannya rapih dan bagus, kapster bisa memotong rambut sesuai model yang saya tunjukan. -Negatif: Kapster agak lambat dan durasi memotong yang sedikit lama
2	Yudhi Erlangga (Karyawan Bank BCA, 24 tahun)	Persepsi Harga	Pengunjung Raden Cukur Barbershop Semarang	Positif: Harganya terjangkau dan murah sesuai dengan kualitas yang diberikan Negatif: Seharusnya memberikan promo potong 7 kali bisa mendapatkan gratis potong 1 kali
3	Ahmad Syaiful (PNS, 40 tahun)	Citra Merek	Pengunjung Raden Cukur Barbershop Semarang	Positif: Logo yang mudah dikenali dan lokasi yang dapat mudah ditemukan Negatif: Walaupun logo yang mudah dikenali dan lokasi yang mudah ditemukan, parkir di barbershop ini sempit, apalagi jika membawa mobil.

Sumber: Pengunjung Raden Cukur Barbershop Semarang

Berdasarkan hasil penelitian yang dihimpun dari beberapa jurnal terdahulu, menunjukkan bahwa proses kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh antara lain: kualitas layanan, citra merek, dan persepsi harga. Beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat gap dalam hasil pengaruh kualitas layanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

Terdapat perbedaan dari beberapa hasil penelitian yaitu variabel kualitas layanan, variabel persepsi harga, dan variabel citra merek.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Indra Budaya, Heppi Syofya (2019) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Putranto (2016) menemukan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Zakaria (2017) menemukan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Atmaja (2011) menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Tjahjaningsih (2013) menemukan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Charlie Giovani Gunardi dan Rezi Erdiansyah (2019) bahwa citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Raden Cukur Barbershop Semarang maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek**

terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Raden Cukur Barbershop Semarang)”.

2.1 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Raden Cukur Barbershop Semarang?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Raden Cukur Barbershop Semarang?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Raden Cukur Barbershop Semarang?

3.1 Batasan Masalah

1. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:kualitas produk, persepsi harga, cita merek dan kepuasan pelanggan pada Raden Cukur Barbershop Semarang
2. Objek yang diteliti pelanggan pada Raden Cukur Barbershop di Kota Semarang

4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakuka dengan tujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Raden Cukur Barbershop
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Raden Cukur Barbershop
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Raden Cukur Barbershop

5.1 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperoleh informasi untuk lebih memahami mengenai pengaruh kualitas layanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Raden Cukur Barbershop Semarang

Dengan adanya penelitian ini bisa membantu dalam meningkatkan kualitas layanan, persepsi harga dan citra merek yang baik agar pelanggan merasa puas.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat di gunakan sebagai informasi untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh kualitas layanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.