

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pemasaran jasa telah menjadi kajian dalam penelitian pemasaran yang cukup menantang dan semakin menarik untuk diteliti lebih mendalam. Sekarang ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menukur pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

Gejala makin meningkatnya jumlah perusahaan-perusahaan yang ada sekarang ini, perusahaan jasa merupakan salah satu kenyataan yang menyolok dalam dunia bisnis. Jasa salon kecantikan salah satu jasa yang dipasarkan di masyarakat. Karena bersifat langsung, maka karakteristik dari pelayanan jasa berbeda dengan produksi dan pemasaran barang.

Perbedaan tersebut dapat terlihat dari :

- a. Waktu produksi, penyerahan (*delivery*) dan konsumen produk jasa terjadi pada saatyang sama, sedangkan produk barang tidak demikian.
- b. Jasa bersifat intangible, yaitu tak berbentuk, tak terlihat dan tak dapat diraba.
- c. Jasa tak dapat dipisah-pisahkan (*inseparable*).
- d. Jasa bervariasi, tidak uniform atau tidak standart.
- e. Jasa tak bisa disimpan (*perishable*).

f. Pemberian pelayanan jasa bersifat langsung antara penghasil jasa dengan pengguna jasa, sehingga dinilai dan dirasakan oleh si pengguna jasa tersebut.

Kualitas yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kurtz dan Clow (1998) dalam Munjiati M. (2000), menyatakan bahwa kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada konsumen sebagaimana kualitas barang. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara konsumen dan terdapat personil dengan penyelenggara jasa tersebut.

Manajemen selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Kualitas yang diserahkan oleh manajemen, akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepada kinerja jasa. Seringkali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh manajemen. Untuk mengetahui apakah manajemen telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi dari pelanggan.

Untuk menvaluasi kualitas layanan, salon Reyssa perlu memperoleh informasi tentang jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan melalui pelanggan itu sendiri dan didalam mencapai tujuan yang berorientasi pada kepuasan konsumen disamping aspek fasilitas dan peralatan salon.

Ketrampilan dan kerahmahan karyawan sangat penting karena kinerja mereka akan menentukan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

Reyssa Salon dan Spa merupakan salon yang sudah cukup terkenal yang mengangkat kualitas layanan sebagai strategi dalam menjalankan usahanya untuk menghasilkan kepuasan pelanggan. Pelayanan jasa merupakan salah satu hal yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif oleh Reyssa Salon dan Spa dalam mencapai kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk meneliti proses pencapaian kualitas yang mengarah pada kepuasan pelanggan pada Reyssa Salon dan Spa, Yogyakarta. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA REYSSA SALON DAN SPA, JL. Poncowinatan 46 YOGYAKARTA.**”

B. Batasan Masalah Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan pada Reyssa Salon dan Spa, Jl. Poncowinatan 46 Yogyakarta.
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Reyssa Salon dan Spa, Jl. Poncowinatan 46 Yogyakarta.
3. Peneliti hanya mengambil responden yang menggunakan jasa Reyssa Salon dan Spa, Jl. Poncowinatan 46 Yogyakarta.
4. Faktor kualitas layanan jasa yang diteliti adalah :

a. *Tangibles* (bukti langsung)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana fisik.

b. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan.

c. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.

d. *Assurance* (jaminan)

Mencakup kemampuan, kesopanan, dan dapat dipercaya yang dimiliki oleh para kapster salon.

e. *Empaty* (perhatian)

Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh faktor-faktor kualitas jasa yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empaty* terhadap kepuasan pelanggan Reyssa Salon dan Spa, Jl. Poncowinatan 46 Yogyakarta ?
2. Faktor-faktor kualitas jasa apa yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Salon Reyssa, Jl. Poncowinatan 46 Yogyakarta ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor kualitas jasa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Salon Reyssa, Jl. Poncowinatan 46 Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui faktor kualitas jasa yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Salon Reyssa, Jl. Poncowinatan 46 Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Berguna dalam pengembangan ilmu atau manfaat dibidang teoritis.
Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan konsep ilmu pengetahuan maupun penelitian mengenai kualitas jasa.
2. Bermanfaat dibidang praktik
 - a). Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh Reyssa salon dan spa, Jl. Poncowinatan 46 Yogyakarta. Dalam menggunakan konsep kualitas sebagai strategi dalam menjalankan usahanya
 - b). Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan konsep kualitas bagi peneliti sendiri maupun bagi orang lain yang membaca penelitian ini.
 - c). Sebagai suatu informasi bagi konsumen untuk mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan.