

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Dalam era teknologi maju seperti sekarang ini tidak satupun perusahaan yang tidak terkena dampak globalisasi, bukan hanya perusahaan besar dan multinasional saja akan tetapi perusahaan kecil juga menghadapi persaingan global. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing juga menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya serta berusaha memenuhi apa yang diharapkan mereka dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh para pesaing. Perhatian suatu perusahaan tidak terbatas pada produk atau jasa yang dihasilkan saja, akan tetapi juga pada aspek proses, sumber daya manusia dan lingkungannya. Saat ini sebagai kunci pokok untuk dapat meningkatkan daya saing perusahaan adalah kualitas.

Tujuan utama perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas adalah tercapainya kepuasan dan loyalitas konsumen atau pelanggannya (*customer satisfaction*) yang ditandai berkurangnya keluhan dari para konsumen sehingga kinerja perusahaan meningkat.

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan

keinginan pelanggan. Baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Perusahaan akan mencari cara sendiri untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli dan mereka memberi tahu pada konsumen yang lain tentang pengalaman baik mereka atau disebut konsumen yang loyal.

Masa sekarang ini jumlah dan jenis jasa kecantikan (salon) sangat berkembang, karena jumlah populasi yang meningkat, permintaan yang tinggi, kemudahan dalam transportasi dan komunikasi, permintaan pola dan gaya hidup, kesadaran dan keinginan yang semakin meningkat untuk tampil percaya diri dan menarik setiap kesempatan.

Keadaan demikian akan mengacu pada perkembangan industri jasa kecantikan antara lain perawatan rambut atau potong rambut, perawatan wajah, perawatan tubuh dan masih banyak yang lainnya bidang jasa yang bergerak dalam hal ini, diantara produk- produk tersebut yang menjadi perhatian penulis dalam penelitian ini adalah jasa perawatan wajah. Sebagai salon yang bergerak dalam jasa perawatan wajah tidak sekedar hanya menerima orang yang ingin menggunakan jasa salon, namun harus lebih memperhatikan aspek kepuasan bagi para pemakai jasanya (*member*) dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas, baik dalam penampilan fisik, pelayanan (*service*) dan kualitas dari jasa tersebut sebagai motivasi salon untuk mengetahui pelayanan yang bagaimanakah yang dapat

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Kristanto, penilaian kualitas pelayanan didasarkan atas lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Tangible* (bukti fisik), *Realibility* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Emphaty*. Atribut-atribut tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha dan industri yang diteliti untuk kemudian dijadikan criteria penilaian bagi pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

“Kirei” Skin Care adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang salon kecantikan khususnya perawatan wajah yang terletak di Jl. Palagan Tentara Pelajar No. 47 Yogyakarta. Perusahaan ini sudah dapat dikatakan besar karena membuka cabang di kota-kota besar Indonesia dan perusahaan ini menginginkan supaya perusahaan dapat menjadi besar lagi dengan menerapkan suatu kualitas pelayanan yang akan mengakibatkan loyalitas konsumen. Perusahaan mengatakan bahwa mempertahankan konsumen lebih sulit daripada mencari konsumen baru. Dengan hal tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dengan obyek penelitian di “Kirei” Skin Care.

Demikian pentingnya kualitas jasa bagi industri yang bergerak dalam bidang jasa khususnya salon perawatan wajah dalam upayanya untuk memberikan kepuasan pada pemakai jasanya agar konsumen tetap loyal dan mampumenarik konsumen baru. Berdasarkan uraian di atas, penulis terinspirasi untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SALON PERAWATAN WAJAH (KIREI SKIN CARE)”**

B. BATASAN MASALAH PENELITIAN

Dalam penelitian ini masalah penelitian dibatasi yaitu variabel yang diteliti adalah variabel kualitas jasa (variabel independen) yang terdiri dari *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* dan variabel loyalitas konsumen (variabel dependen).

C. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Dari latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah variabel *tangible, relibiality, responsiveness, assurance* dan *emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
- b. Apakah variabel *tangible, relibiality, responsiveness, assurance* dan *emphaty* secara serentak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
- c. Variabel mana yang paling dominan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen?

D. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial antara variabel *tangible,*

- b. Untuk menganalisis pengaruh secara serentak antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap loyalitas konsumen.
- c. Untuk menganalisis variabel yang paling dominan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

E. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan, terutama dalam kualitas layanan terhadap peningkatan loyalitas konsumen.

- b. Bagi penulis

Menambah suatu wawasan dan ilmu tentang manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas jasa dan loyalitas konsumen.

- c. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan tentang kualitas jasa dan loyalitas

1. Bagi pihak lain yang tidak bisa dinisahkan untuk