

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa globalisasi ini, akibat dari keterbukaan pasar jumlah produk dan jasa semakin banyak menjadikan terlalu banyak orang yang bersaing di pasar, dan konsumen dapat memilih berbagai produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan mereka. Sehingga persaingan antar produsen untuk memenuhi permintaan konsumen dan memberikan kepuasan yang maksimal pada konsumen semakin menjadi.

Menurut (Kotler & Keller, 2009) kepuasan pelanggan adalah perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang berasal dari membandingkan kinerja yang dirasakan suatu produk dengan harapan mereka. Jika kinerjanya sesuai harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerjanya tidak sesuai harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerjanya melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

Kepuasan konsumen adalah faktor utama dalam persaingan bisnis di era globalisasi ini, sesuatu yang bisa membuat konsumen puas adalah dengan memberikan layanan terbaik kepada konsumen dan penetapan harga yang tepat, juga perbaikan kualitas sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada dasarnya pengertian kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan produk yang disampaikan guna menjaga harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Jadi, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi konsumen jugsangat berpengaruh untuk mendatangkan konsumen yang baru, karena jika konsumen puas dengan apa yang mereka rasakan, konsumen lain akan diberikan rekomendasi lisan tentang produk tersebut perusahaan tersebut. Informasi tentang apa yang diinginkan konsumen terhadap produk atau layanan, sangat penting bagi perusahaan untuk digunakan sebagai evaluasi terhadap perusahaannya. Oleh karena itu kualitas pelayanan di perusahaan harus menjadi tujuan terpenting untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, ada cara lain untuk meningkatkan kepuasan konsumen, salah satunya dengan faktor harga. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi barang dan jasa (Swastha & Irawan, 2005). Harga merupakan faktor yang menentukan apakah konsumen menerima produk atau jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengetahui harga yang ditetapkan oleh pesaing agar perusahaan bisa menentukan harga sesuai permintaan konsumen. Harga yang tepat inilah yang dapat memuaskan konsumen atau pelanggan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan.

Beberapa tahun terakhir, ada berbagai macam persaingan bisnis di segala bidang, termasuk bidang jasa pangkas rambut khususnya untuk pria atau dikenal juga dengan *barbershop*. *Barbershop* merupakan tempat yang menyediakan jasa potong rambut modern khususnya untuk laki-laki.

Dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat, gaya hidup masyarakat pun berkembang. Bukan hanya perempuan yang peduli dengan penampilan dan gaya rambutnya, sekarang laki-laki pun peduli dengan penampilan dan gaya rambutnya. Seiring perkembangan zaman, tren di dalam penampilan gaya rambut pun berubah-ubah dan semakin bervariasi. Sehingga kaum laki-laki harus memiliki alternatif. Kemajuan di dalam *Barbershop* adalah jawaban untuk kebutuhan tersebut.

Setelah kita mengetahui bahwa *Barbershop* merupakan jawaban untuk kebutuhan kaum laki-laki, sehingga menjadikan bisnis ini meroket dan menjamur dimana-mana. Umumnya *barbershop* ditemukan di kota-kota besar, namun saat ini bisa kita temui sampai di desa-desa hingga di pelosok.

Melihat kondisi perkembangan usaha *barbershop* yang sangat pesat, sehingga membutuhkan banyak tenaga yang memiliki keahlian dan keterampilan yang dibutuhkan oleh pengusaha *barbershop*.

Fixie Barber Course merupakan salah satu penyedia kursus potong rambut di Bandung, tepatnya di Jalan Cilengkrang Kecamatan Cibiru. Potensi bisnis ini sangat jelas sangat besar karena keharusan untuk memotong rambut tidak

akan pernah berhenti. Maka dari itu kursus pangkas rambut menjadi alternatif untuk menambah keahlian dan keterampilan bagi seorang calon tenaga potong rambut atau bisa disebut juga dengan *kapster* atau *barber(man)*.

Hal yang diutamakan *Fixie Barber Course* adalah kualitas pelayanan yang sesuai juga dengan harga yang diberikan kepada konsumen untuk memerikan kepuasan konsumen. Dengan semakin banyaknya kursus barbershop yang memiliki kualitas layanan yang hampir sama dan harga yang ditawarkan juga sesuai. Tetapi *Fixie Barber Course* menjadi pilihan banyak orang untuk melatih keahliannya sebagai kapster. Mulai dari warga Kota Bandung itu sendiri, luar kota, sampai warga negara asing pun memilih belajar menjadi kapster atau barber(man) di *Fixie Barber Course*, karena harga yang terjangkau dan juga menyediakan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya.

Fixie Barber Course menyediakan berbagai macam pelayanan dan harga, berikut adalah tabel harga dan pelayanan yang ditawarkan:

Tabel 1 Pelayanan dan Harga Fixie Barber Course

Paket	Harga (Rp)	Pelayanan
Reguler	1.500.000	10x belajar potong rambut ke model, jadwal kursus disesuaikan dengan peserta, bersertifikat resmi, disediakan peralatan, free modul dan video tutorial, mess gratis bagi peserta dari luar kota, diajarkan berbagai macam potongan rambut termasuk potongan skin fade.
Premium	2.500.000	20x praktek ke model, jadwal kursus disesuaikan dengan peserta, garansi mengulang, bersertifikat skill advance, modul dan video, dijamin pasti bisa.
Eksklusif	4.000.000	30x potong rambut ke model, bersertifikat profesional, bergaransi mengulang, magang di barbershop / disalurkan kerja, belajar mewarnai, creambath, aplikasi handuk hangat, shaving, dijamin pasti mahir.

Sumber: Fixie Barber Course (data diolah penulis)

Untuk mengetahui informasi-informasi mengenai pelanggan Fixie Barber Course, peneliti melakukan mini pra survei yang disajikan dalam table sederhana berikut:

Tabel 2 Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai pelayanan di Fixie Barber Course?	Ada keraguan dalam pelayanan apa saja yang akan didapatkan dari Fixie Barber Course untuk
2	Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai harga yang ditawarkan di Fixie Barber Course?	Harga yang ditawarkan Fixie Barber Course beragam, sesuai paket-paket yang tersedia mulai
3	Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai pengajaran yang diberikan oleh Fixie Barber Course?	Mengenai pembelajaran yang diberikan Fixie Barber Course cukup bagus untuk mengetahui dasar-dasarnya.

Sumber: Fixie Barber Course (data diolah penulis)

Kebijakan dalam pelayanan dan penetapan harga adalah sesuatu yang sangat perlu dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Jika kualitas pelayanan yang diberikan menurun maka akan berpengaruh terhadap menurunnya tingkat kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menyebabkan konsumen berpaling ke Barber Course yang lain. Ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan diduga karena pelayanan dan harga yang ditawarkan belum sesuai dengan apa yang pelanggan persepsikan

dengan alasan masih terdapat kekurangan dalam pelayanan dan harga yang dianggap kurang bersaing.

Kualitas pelayanan dan penetapan harga menarik untuk diteliti, karena kualitas pelayanan dan penetapan harga dapat menentukan kepuasan pelanggan itu sendiri.

Dengan pokok permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan *Fixie Barber Course* di Kecamatan Cibiru Kota Bandung”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Semakin banyaknya kursus *barbershop* mengakibatkan semakin banyak persaingan.
2. Ada keraguan pelanggan terhadap kualitas pelayanan *Fixie Barber Course* dimana pelanggan belum mengetahui pelayanan apa saja yang akan mereka dapatkan, yang dapat mencetak seorang kapster kurang lebih selama 2 minggu.

3. Beberapa pelanggan memiliki pendapat yang sangat mahal tentang harga layanan *Fixie Barber Course*.
4. Terdapat beberapa pelanggan yang menilai dalam pelayanan pengajaran yang diberikan, *Fixie Barber Course* tidak memberikan teknik khusus dalam mencukur dan kurang mengikuti tren model rambut zaman sekarang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Fixie Barber Course*?
2. Apakah terdapat pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan *Fixie Barber Course*?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan *Fixie Barber Course*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Fixie Barber Course*.
2. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan *Fixie Barber Course*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan *Fixie Barber Course*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis
 - Bagi Peneliti

Penelitian ini sangat berguna untuk memperdalam dan mengaplikasikan teori-teori pemasaran yang telah diperoleh khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, penetapan harga, dan kepuasan konsumen. Selain itu sebagai sarana untuk meningkatkan kapasitas dan mengembangkan wawasan keilmuan dalam

memberikan pelayanan dan menetapkan harga yang tepat untuk memberi kepuasan pelanggan.

- Bagi Pembaca

Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan lebih banyak informasi khususnya tentang ilmu pemasaran yaitu kualitas pelayanan, penetapan harga, dan kepuasan konsumen.

b. Manfaat Praktis

- Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan membawa keuntungan bagi perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan dan memperhatikan harga yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

- Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa wawasan kepada konsumen mengenai kepuasan konsumen dari pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan adalah usaha untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen dan memberikannya sebagaimana keinginan pelanggan (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan adalah faktor penting

dalam sebuah perusahaan, karena sangat berpengaruh terhadap penilaian konsumen.

Penerapan kualitas pelayanan yang diterapkan sebuah perusahaan khususnya yang bergerak di bidang jasa yaitu dengan menyampaikan kualitas pelayanan yang sangat baik kepada konsumen demi mewujudkan adanya kepuasan konsumen (Ebert & Griffin, 1995).

Perusahaan jasa harus memprioritaskan atau mengutamakan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan adalah faktor penting bagi perusahaan maupun bagi konsumennya. Dimana jika suatu perusahaan menghiraukan atau tidak mengutamakan kualitas pelayanan terhadap konsumennya, maka perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama karena konsumen pun tidak akan merasa puas dan mereka tidak akan mau kembali lagi untuk menerima pelayanan perusahaan tersebut. Konsumen hanya merasakan dan menilai dari pelayanan yang diberikan perusahaan, maka dari itu kepuasan konsumen datang dari kualitas pelayanan yang perusahaan berikan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan semakin puas juga konsumen kepada perusahaan. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan kurang maka kurang juga kepuasan konsumen terhadap perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah kesenangan atau kekecewaan pelanggan setelah membandingkan hasil atau produk yang diharapkan dengan kinerja yang diterima (Kotler & Keller, 2009).

Maka dari itu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen harus diperhatikan agar mendapatkan hubungan timbal balik yang positif antara pelanggan dengan perusahaan. Jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan maka konsumen pun akan pindah ke perusahaan lain.

1.6.2 Pengaruh Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk produk atau layanan, atau nilai yang diperoleh konsumen untuk kepentingan penggunaan produk atau layanan (Kotler & Keller, 2007).

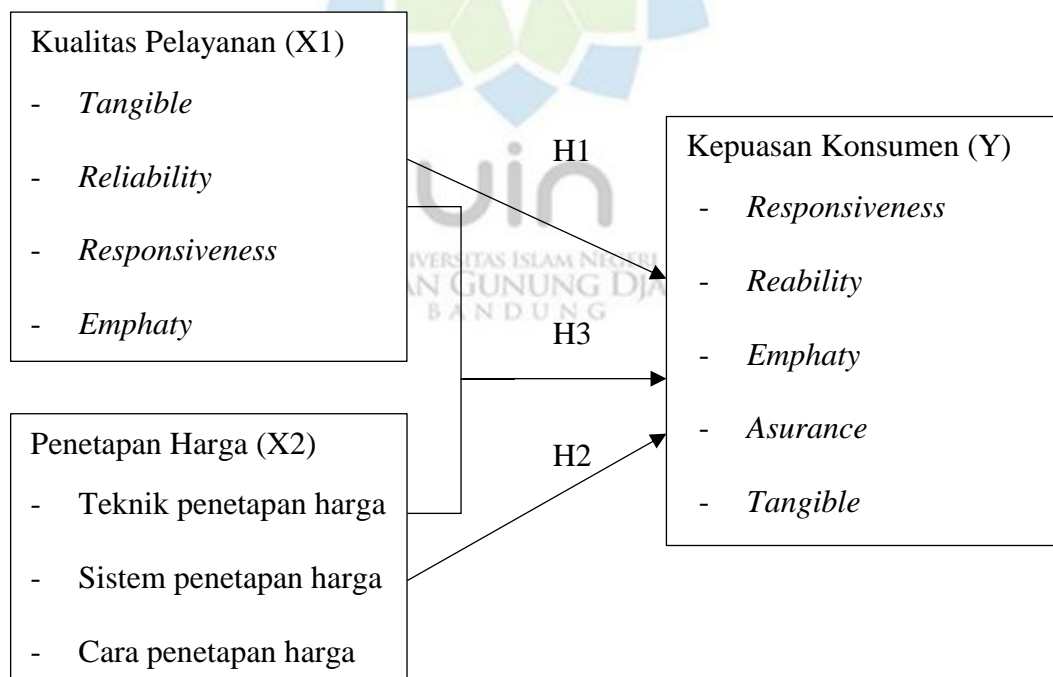
Harga merupakan salah satu dari bauran pemasaran dalam melakukan penjualan untuk mendapatkan pendapatan sebuah perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga dengan tepat hingga kemudian konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan dan menjadikan perusahaan mendapat keuntungan.

Harga berhubungan dengan nilai, jika manfaat yang dirasakan konsumen tinggi maka nilainya pun akan tinggi. Jadi nilai suatu

barang atau jasa suatu perusahaan akan tinggi sebanding dengan manfaat yang dirasakan.

Kepuasan pelanggan adalah kesenangan atau kekecewaan pelanggan setelah membandingkan hasil atau produk yang diharapkan dengan kinerja yang diterima (Kotler & Keller, 2009).

Maka dari itu penetapan harga dan kepuasan konsumen harus diperhatikan agar mendapatkan hubungan timbal balik yang positif antara pelanggan dengan perusahaan. Jika harga tidak tepat maka konsumen pun tidak akan puas dan konsumen pun akan pindah ke perusahaan lain.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

1.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 3 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Analisis Perbandingan
1	Ilham Ramdani (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Pantai Wisata Karang Song Indramayu)	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Pantai Wisata Karang Song Indramayu.	Pada penelitian yang sedang dilakukan ada beberapa persamaan dengan penelitian terdahulu di variabel X1 kualitas pelayanan dan variabel Y kepuasan konsumen, ada juga perbedaannya di variabel X2 dan objek penelitiannya.
2	Rahmat Hidayatulloh Bangun (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Barbershop Barbearcuts Padalarang)	Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen Barbershop Barbearcuts Padalarang.	Pada penelitian yang sedang dilakukan ada beberapa persamaan dengan penelitian terdahulu di variabel X1 kualitas pelayanan, X2 harga dan variabel Y kepuasan konsumen, ada juga perbedaannya di objek penelitiannya.
3	Fikri Firmansyah (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Graha Persib (Studi pada Konsumen Graha Persib)	Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Graha Persib.	Pada penelitian yang sedang dilakukan ada beberapa persamaan dengan penelitian terdahulu di variabel X2 harga dan variabel Y kepuasan pelanggan, ada juga perbedaannya di variabel X1 dan objek penelitiannya.
4	Ihsan Hakim (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penentuan Harga terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT Qiblat Tour Islami Bandung.	Secara simultan diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna	Pada penelitian yang sedang dilakukan ada beberapa persamaan dengan penelitian terdahulu di variabel X1 kualitas pelayanan, X2 penentuan harga dan variabel Y kepuasan konsumen, ada juga perbedaannya terdapat di

			jasa PT. Qiblat Tour Islami Kota Bandung.	variabel objek penelitiannya.
5	Dede Eva Nurazizah (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Hotel & Banquet Panorama Lembang)	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel & Banquet Panorama Lembang.	Pada penelitian yang sedang dilakukan ada beberapa persamaan dengan penelitian terdahulu di variabel X1 kualitas pelayanan, X2 harga dan variabel Y kepuasan konsumen, ada juga perbedaannya terdapat di variabel objek penelitiannya.

Dari sejumlah penelitian terdahulu di atas, dapat diputuskan bahwa kualitas pelayanan berakibat positif terhadap kepuasan pelanggan. Juga penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian berpengaruh atau tidaknya tidak selalu sama, tergantung dari objek yang diteliti. Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel X1 kualitas pelayanan dan variabel X2 penetapan harga. Sedangkan perbedaannya penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu pada objek penelitiannya. Objek penelitian yang sedang dilakukan yaitu pada alumni Fixie Barber Course.

1.8 Hipotesis

Menurut (A Muri, 2005) hipotesis adalah kesimpulan sementara yang belum final; suatu jawaban sementara; suatu dugaan sementara; yang

merupakan konstruk peneliti terhadap masalah penelitian, yang menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Kebenaran dugaan tersebut harus dibuktikan melalui penyelidikan ilmiah. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat dirumuskan hipotesis dari penelitian sebagai berikut:

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Fixie Barber Course.

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh yang signifikan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan Fixie Barber Course.

Hipotesis 3: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Fixie Barber Course.

