

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Eiji *cuts barbershop* Bandung merupakan perusahaan yang menawarkan jasa layanan potong rambut khusus pria, namun juga tempat dimana kulit kepala dapat dimanjakan, dengan pelayanan dan fasilitas terbaik yang diberikan kepada pelanggan sehingga tingkat kenyamanan dapat dirasakan oleh pelanggan.

Eiji *cuts barbershop* bandung didirikan di kabupaten Bandung di jalan bojongsong raya no 18 pada tanggal 1 Januari 2018 oleh *Owner* Ikhsan Badila. Dengan ide-ide yang dimilikinya mendirikan sebuah perusahaan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan *style* rambut dan memberikan fasilitas layanan terbaik kepada pelanggan.

Eiji *cuts barbershop* Bandung merupakan *barbershop* modern yang melayani pelanggan dengan kapster profesional yang memiliki *standar operating procedure* dan telah banyak pengalaman dalam hal pemotongan rambut, penataan rambut, pemberian vitamin rambut, serta memberikan pelayanan merapikan jenggot dan kumis kepada pelanggan.

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1

Logo Perusahaan

Sumber : Data Peneliti

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi sebuah family *barbershop* terkemuka dan profesional.

Misi

1. Melayani tamu dengan mengutamakan profesionalisme, keramahan dan kebersihan.
2. Mengembangkan SDM dan budaya kerja secara beretika dan profesional.
3. Mengoptimalkan strategi pertumbuhan bisnis secara menguntungkan untuk meningkatkan nilai pemodal serta meningkatkan kesejahteraan karyawan
4. Menjalinkan kerjasama saling menguntungkan dengan mitra usaha dan mitra kerja secara sinergi dalam pengelolaan usaha.
5. Memberikan nilai tambah yang optimal bagi masyarakat dan lingkungan

1.1.4 Bidang Usaha

Eiji *cuts barbershop* Bandung merupakan sebuah bisnis yang menggunakan tenaga, ilmu dan keahlian dalam bidang jasa potong rambut, dimana anda akan dibayar sesuai dengan jasa yang diberikan.

1.2 Latar Belakang

Perkembangan dan perubahan zaman saat ini membuat kita pada kemajuan yang sangat pesat, seperti dalam bidang teknologi, sosial budaya, ekonomi dan lain-lain. Seiring berkembangnya zaman juga berpengaruh terhadap kebutuhan manusia yang semakin meningkat. Meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka gaya hidup masyarakat pun akan semakin berkembang. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan penampilan telah melahirkan gaya hidup cantik, sehat, dan bugar. Hal ini membuat masyarakat semakin peduli dengan penampilan dan berlomba-lomba untuk memperbaiki penampilan mereka (www.kompasiana.com).

Menjaga penampilan merupakan hal yang penting bagi seseorang, kaarena tidak bisa dipungkiri penampilan adalah citra diri yang berperan terhadap penilaian orang lain. Saat ini menjaga penampilan bukan hanya wanita saja tetapi pria juga harus menjaga penampilan agar terlihat menarik dan rapi. Bahkan menjaga penampilan sudah menjadi kebutuhan bagi wanita dan pria. Sesuai dengan kebutuhan manusia sehari-hari, selain dari

makanan dan minuman, penampilan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat harus dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari salah satu penampilan yang dimaksud yakni potongan rambut. (www.kompasiana.com).

Barbershop merupakan sebuah perusahaan yang menawarkan jasa layanan potong rambut khusus pria. Berbeda dengan pangkas rambut tradisional, *barbershop* menawarkan sensasi potong rambut yang berbeda, mulai dari tampilan fisik *barbershop* yang trendi, tata interior yang menarik hingga penawaran fasilitas tambahan seperti pijat, hingga cat rambut. Berbagai layanan ini membuat minat masyarakat Indonesia dalam cukur rambut semakin meningkat dan membuat bisnis *barbershop* semakin meningkat (www.cnbcindonesia.com).

Semakin tingginya kesadaran pria dalam berpenampilan menarik dan rapi disetiap kesempatan terutama di potongan rambut, memberikan dampak positif pada perkembangan *barbershop*. Menurut *Barbershop Association Indonesia* jumlah *barbershop* pada tahun 2017 sebanyak 5000 *barbershop* yang tersebar di Indonesia dan bertumbuh sekitar 20% - 30% (www.lifestyle.sindonews.com). Hal tersebut menyebabkan munculnya persaingan yang ketat pada usaha *barbershop*.

Pertumbuhan *barbershop* di Indonesia memberikan efek positif ke daerah-daerah di Indonesia salah satunya yaitu di Kota Bandung dalam bisnis *barbershop*. Pada saat ini Kota Bandung memiliki 25 *barbershop* (www.infobdg.com).

Melihat banyaknya *barbershop* di Bandung mengakibatkan meningkatnya persaingan antara *barbershop* yang satu dengan yang lainnya. Persaingan tersebut menuntut *barbershop* untuk saling berpacu dalam peningkatan kualitas layanan, variasi jasa dan harga, serta dituntut menguasai keterampilan memberikan keahlian dan menyediakan kelengkapan peralatan yang sangat representatif. Kondisi ini sangat wajar ditengah pesatnya perkembangan *barbershop* di Kota Bandung.

Eiji cuts barbershop Bandung salah satu *barbershop* yang memanfaatkan perkembangan usaha *barbershop* saat ini. *Eiji cuts barbershop* Bandung merupakan *barbershop modern* yang menawarkan konsep eksklusif kepada para pelanggannya. Fasilitas yang diberikan kepada konsumen adalah jasa pemotongan rambut, penataan rambut, serta memberikan pelayanan merapikan jenggot dan kumis setelah proses pemotongan rambut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* Eiji *cuts barbershop* Bandung bahwa pelanggan Eiji *cuts barbershop* Bandung cenderung fluktuatif. Jumlah pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung pada 1 tahun terakhir, seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Data Pelanggan Pada Eiji Cuts Barbershop Bandung
Agustus 2018 – Agustus 2019

Tahun	Bulan	Jumlah Pengunjung	Growth (%)
2018	Agustus	570	5,2%
2018	September	600	
2018	Oktober	630	5%
2018	November	600	-4,7%
2018	Desember	570	-5%
2018	Januari	660	15,7%
2019	Februari	660	0
2019	Maret	630	-4,5%
2019	April	600	4,7%
2019	Mei	570	-4,7%
2019	Juni	540	-5,2%
2019	Juli	510	-5,5%
2019	Agustus	600	17,6%

Sumber : Internal Perusahaan

Sesuai dengan data pelanggan 1 tahun terakhir, pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung cenderung fluktuatif. Ada beberapa penyebab terjadinya naik-turun jumlah pelanggan, seperti meningkatnya minat masyarakat terutama mahasiswa dalam potongan rambut, dan terjadinya penurunan pada bulan-bulan tertentu. Hal ini dikarenakan mahasiswa sebagai target utama sedang mengalami masa libur perkuliahan dan persaingan antar barbershop yang sangat ketat. Berdasarkan data pelanggan tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap Eiji *cuts barbershop* Bandung.

Semakin ketat nya persaingan maka perusahaan harus bisa bersaing dengan kompetitor agar mendapatkan konsumen yang bertujuan kesuksesan perusahaan dan kelangsungan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi keberlangsungan bisnis pada bidang jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016:153), adalah: *“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result form comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations”*. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang hasil dari membandingkan kinerja produk atau layanan yang dirasakan (atau hasil) dari harapan.

Untuk dapat mengetahui tanggapan responden tentang variabel kepuasan pelanggan pada *Eiji cuts barbershop* Bandung, Penulis melakukan pra survei kepada 30 responden dengan menggunakan kusioner kepada pelanggan *Eiji cuts barbershop* Bandung. Berikut hasil pra survei variabel kepuasan pelanggan dalam tabel :

Tabel 1.2
Hasil Pra Survei Pada
Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Presentase		Total
		Setuju	Tidak setuju	
1	Saya merasa <i>Eiji cuts barbershop</i> Bandung sesuai dengan harapan yang saya inginkan	56,7%	43,3%	100%
2	Saya merasa puas dengan <i>Eiji cuts barbershop</i> Bandung	43,3%	56,7%	100%
3	Saya akan menjadikan <i>Eiji cuts barbershop</i> Bandung sebagai pilihan utama	46,7%	53,3%	100%
4	Saya akan menggunakan kembali jasa <i>Eiji cuts barbershop</i> Bandung	43,3%	56,7%	100%
5	Saya akan merekomendasikan <i>Eiji cuts barbershop</i> Bandung kepada orang lain	73,%	26,7%	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kusioner Kepada 30 Orang Pelanggan *Eiji Cuts*

Barbershop Bandung, September 2019

Berdasarkan hasil pra survei pada tabel 1.2 diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung belum sepenuhnya baik, terbukti pada pernyataan kedua yaitu “Saya merasa puas dengan Eiji *cuts barbershop* Bandung” dimana terdapat perbandingan presentase 43,3% setuju dan 56,7% tidak setuju. Pada pernyataan ketiga yaitu “Saya akan menjadikan Eiji *cuts barbershop* Bandung sebagai pilihan utama” dimana terdapat presentase sebesar 46,7% setuju dan 53,3% tidak setuju. Pada pernyataan keempat yaitu “Saya akan menggunakan kembali jasa Eiji *cuts barbershop* Bandung” dimana terdapat perbandingan presentase sebesar 43,3% dan 56,7%.

Menurut peneliti setelah melakukan survei pada Eiji *cuts barbershop* Bandung kepuasan pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* masih terdapat kekurangan dalam memenuhi kepuasan pelanggan yaitu, menjadikan Eiji *cuts barbershop* Bandung sebagai pilihan utama dan tidak akan menggunakan jasa kembali.

Oleh karena itu sukses dan keberlangsungan perusahaan jasa dapat dilihat dari kepuasan konsumen terhadap suatu layanan yang diberikan perusahaan tersebut. Dalam mempertahankan dan meraih kesuksesan, Eiji *cuts barbershop* Bandung harus bisa bersaing dengan kompetitor untuk memuaskan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jose Muhammad Isra (2017) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Uber Car, menyimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Untuk dapat mengetahui tanggapan responden tentang variabel kualitas pelayanan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung, Penulis melakukan pra survei kepada 30 responden dengan menggunakan kusioner kepada pelanggan Eiji *cuts barbershop* Bandung. Berikut hasil pra survei variabel kualitas pelayanan dalam tabel :

Tabel 1.3
Hasil Pra Survei Pada
Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Presentase		Total
		Setuju	Tidak setuju	
1	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung menggunakan peralatan dengan kualitas yang baik	83,3%	16,7%	100%
2	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung memprioritaskan kenyamanan pelanggan	40%	60%	100%
3	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung tanggap dalam merespon pelanggan	46,7%	53,3%	100%
4	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung memberikan pelayanan yang akurat	43,3%	56,7%	100%
5	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung memberikan pelayanan dengan sopan dan dapat dipercaya	93,3%	6,67%	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kusioner Kepada 30 Orang Pelanggan Eiji *Cuts*

Barbershop Bandung, September 2019

Berdasarkan hasil pra survei pada tabel 1.3 diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan pada *Eiji cuts barbershop* Bandung belum sepenuhnya baik, terbukti pada pernyataan kedua yaitu “*Eiji cuts barbershop* Bandung memprioritaskan kenyamanan pelanggan” dimana terdapat perbandingan presentase 40% setuju dan 60% tidak setuju. Pada pernyataan ketiga yaitu “*Eiji cuts barbershop* Bandung tanggap dalam merespon pelanggan” dimana terdapat perbandingan presentase 46,7% setuju dan 53,3% tidak setuju. Pada pernyataan keempat yaitu “*Eiji cuts barbershop* Bandung memberikan pelayanan yang akurat” dimana terdapat perbandingan presentase 43,73% setuju dan 56,7% tidak setuju.

Menurut peneliti setelah melakukan survei pada *Eiji cuts barbershop* Bandung masih terdapat kekurangan pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan

yaitu, memprioritaskan kenyamanan pelanggan, tidak tanggap dalam merespon pelanggan, dan pelayanan yang belum akurat.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setyani (2016) mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada studi kasus Minimarket Pujomart Yogyakarta, Menyimpulkan bahwa berdasarkan penelitian secara simultan variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan oleh Eiji cuts barbershop Bandung ternyata banyak cara yang bisa dicapai oleh Eiji *cuts barbershop* Bandung untuk meningkatkan kepuasan konsumen misalnya dengan memperhatikan faktor harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2015:312) harga adalah : “*The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*”. Harga adalah “jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa jumlah nilai uang yang ditukarkan pelanggan untuk kepentingan atau keuntungan suatu produk atau jasa”. Menurut Fandy Tjiptono (2016:218) menyebutkan bahwa harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasaran atau pendapatan bagi perusahaan. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk atau jasa pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi persepsi pelanggan mengenai produk atau jasa tersebut.

Untuk dapat mengetahui tanggapan responden tentang variabel harga pada Eiji *cuts barbershop* Bandung, penulis melakukan pra survei kepada 30 responden dengan menggunakan kusioner kepada pelanggan Eiji *cuts barbershop* Bandung. Berikut hasil pra survei dalam tabel :

Tabel 1.4
Hasil Pra Survei
Pada Variabel Harga

No	Pernyataan	Presentase		Total
		Setuju	Tidak setuju	
1	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung memberikan harga yang terjangkau	43,3,7%	56,7%	100%
2	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung memberikan harga yang sesuai dengan kualitas	83,3%	16,7%	100%
3	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung memberikan fasilitas sesuai dengan harga	86.7%	13,3%	100%
4	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung memiliki harga yang standart dengan barbershop lainnya	46,7%	53,3%	100%
5	Eiji <i>cuts barbershop</i> Bandung memiliki harga yang murah dari pada babershop yang lain	40%	60%	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kusioner Kepada 30 Orang Pelanggan Eiji *Cuts Barbershop* Bandung, September 2019

Berdasarkan hasil pra survei pada tabel 1.4 diketahui bahwa variabel harga pada Eiji *cuts barbershop* Bandung belum sepenuhnya baik, terbukti pada pernyataan pertama “Eiji *cuts barbershop* Bandung memberikan harga yang terjangkau” dimana terdapat presentase sebesar 43,3% setuju dan 56,7% tidak setuju. Pada pernyataan ke empat yaitu “Eiji *cuts barbershop* Bandung memiliki harga yang standart dengan barbershop lain nya” dimana terdapat presentase sebesar 46,7% setuju dan 53,3% tidak setuju. Pada pernyataan kelima “Eiji *cuts Barbershop* bandung memiliki harga yang murah dari pada *Barbershop* yang lain” terdapat presentase sebesar 40% setuju dan 60% tidak setuju.

Menurut peneliti setelah melakukan survei pada Eiji *cuts barbershop* bandung dapat disimpulkan bahwa harga yang diberikan Eiji *cuts barbershop* bandung masih

belum terjangkau, dan lebih mahal dari pesaing. Berikut perbandingan harga Eiji *cuts barbershop* Bandung dengan pesaing dikawasan bojongsoang :

Tabel 1.5

Perbandingan Harga Eiji Cuts Barbershop Bandung Dengan Pesaing

No	Nama <i>Barbershop</i>	Harga
1	Eiji Barbershop	40.000
2	Kanaka Barbershop	50.000
3	Rich Barbershop	35.000
4	Abata Barbershop	35.000

Sumber : Data Diolah Penulis,2019

Berdasarkan tabel 1.5 dapat dilihat perbandingan harga Eiji *cuts barbershop* Bandung dengan *barbershop* lainya yang berada dikawasan Bojongsoang. Eiji *cuts barbershop* Bandung memiliki harga yang relatif murah jika dibandingkan dengan Kanaka *barbershop*, tetapi jika dibandingkan dengan Rich dan Abata *barbershop* Eiji *cuts barbershop* Bandung memiliki harga yang lebih tinggi.

Kebijakan dalam pelayanan dan harga adalah sesuatu yang perlu dilakukan oleh perusahaan jasa. Adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen karena kualitas pelayanan dan harga yang diberikan belum sesuai dengan harapan dan manfaat yang konsumen presepsikan, sehingga konsumen tidak puas dan merasa ada kekurangan pada kualitas pelayanan dan harga pada Eiji *cuts barbershop* Bandung.

Menurut Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bangun Rahmat Hidayatulloh (2018) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen *Barbershop* Barbercuts Padalarang, menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin baik kualitas pelayanan dan harga maka akan meningkat pula kepuasan konsumen dan secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji Cuts Barbershop Bandung**”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang peneliti yang telah diuraikan sebelumnya, maka dari itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung ?
2. Bagaimana Harga pada Eiji *cuts barbershop* Bandung ?
3. Bagaimana Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung ?
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung secara simultan ?
5. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung secara parsial ?
6. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Mengetahui bagaimana Kualitas Pelayanan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung.
2. Mengetahui bagaimana Harga pada Eiji *cuts barbershop* Bandung.
3. Mengetahui bagaimana Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop*.
4. Mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung secara simultan.
5. Mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung secara parsial.
6. Mengetahui besarnya pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Perusahaann

Untuk membantu informasi bagi perusahaan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan untuk dimasa yang akan datang.

1.5.2 Bagi Penulis

Dapat menerapkan teori yang telah diperoleh penulis dibangku kuliah dan mencoba untuk menerapkan imu yang pernah penulis terima serta untuk tambahan informasi dan memperluas pengetahuan

1.5.3 Bagi Pihak Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari susunan lima bab, dengan tahapannya yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan di diuraikan mengenai landasan teori yang mendasari penelitian ini, peneletian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisa data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.