

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan pola hidup di jaman modern ini, sudah menjadi hal yang biasa jika salah satu yang paling diperhatikan adalah penampilan. Bahkan sekarang orang sudah tidak asing jika mendengar kata *fashion*. Karena tuntutan pekerjaan, lingkungan, dan lain sebagainya membuat wanita bahkan pria harus tetap menjaga dan memperhatikan penampilannya agar tetap terlihat modis dan terlihat mengikuti alur perkembangan jaman.

Berkat perkembangan dunia *fashion*, banyak pengusaha yang memanfaatkan situasi ini sebagai media untuk membuka usaha salon dan memasarkan produk atau jasa mereka, serta berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen, karena dalam suatu bisnis salon pun sudah banyak persaingan yang kuat sehingga perusahaan harus lebih berhati-hati.

Di salon, saat ini bukan hanya bisa memotong rambut, *creambath*, *rebonding*, *coloring*, *hair mask*, dan penataan rambut untuk menghadiri acara tertentu saja. Ada sebagian salon yang kini memberikan pelayanan lebih seperti menyediakan jasa untuk perawatan wajah, make up, dan tubuh seperti *facial*, *Hair spa*, dan *massage*.

Sekarang pun, pelanggan yang datang bukan hanya dari kalangan perempuan, tapi juga para pria yang datang ke salon untuk melakukan perawatan wajah dan rambut. Dengan banyaknya orang yang kini sudah mulai *aware* akan tampilannya membuat banyak salon yang telah dibuka setiap daerah sehingga usaha salon mudah sekali ditemui baik di mall, perumahan, maupun daerah pusat bisnis.

Menurut data dari (**Top Brand Index 2016**) urutan salon dengan terdaftar pada kategori *retail* yang ada di Indonesia ini, masih di dominasi oleh ke lima nama salon dengan merek-merek terbaik pilihan konsumen, seperti berikut :

Tabel 1.1
Data Top Brand Index 2016

MEREK	TBI
JOHNNY ANDREAN	21.1%
RUDY HADISUWARNO	8.1%
YOPIE SALON	6.8%
LUTUYE	2.5%
MY SALON	1.7%

Sumber : Top Brand Index 2016

Berdasarkan data tabel di atas bahwa dengan semakin banyaknya persaingan salon yang muncul menyebabkan konsumen mempunyai banyak alternatif serta semakin selektif di dalam menentukan pilihan. Disini peneliti tertarik dengan Yopie Salon yang menempati peringkat ke 3 dengan total 6.8% dari persaingan salon lainnya. Maka berawal dari kondisi tersebut, peneliti ingin menuntut kepada pengelola salon agar dapat mengetahui informasi sebanyak mungkin atau untuk selalu memperbaiki perkenalan terhadap konsumen, mengidentifikasi kembali kepada mereka, baik untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Pada umumnya para pengusaha selalu berharap agar bisnis salon yang dijalankan selalu memberi keuntungan dan berjalan dalam jangka waktu yang lama, oleh sebab itu banyak sekali inovasi dan kreatifitas yang diciptakan, beragam inovasi yang di berikan oleh setiap pemilik salon juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan suatu produk / jasa yang di gunakan, dan para pemilik salon akan melakukan berbagai strategi agar konsumen mau menggunakan produk atau jasa yang mereka miliki. Contohnya adalah Yopie Salon yang terletak di hampir seluruh kota di Indonesia ini menjadi salah satu tujuan bagi pengusaha untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka miliki, salah satunya Yopie Salon yang terletak di cabang Mall Ciputra Jakarta Barat.

Mall Ciputra Jakarta Barat ini sangat cocok untuk dijadikan objek penelitian karena faktor pengunjung yang tiap bulannya mengalami naik turun dan tiap tahunnya pun mengalami perubahan omset yang tidak stabil. Berikut terdapat data

tabel yang menunjukkan perubahan jumlah tamu yang datang tiap bulannya dan total omset tiap bulannya serta di bandingkan dalam 2 tahun yaitu dari tahun 2016 – 2017 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Jumlah Tamu & Total Omset Tahun 2016-2017

Nama Bulan	Jumlah Tamu		Total Omset	
	2016	2017	2016	2017
Januari	1.248	1.216	128.333.200	138.393.100
Februari	1.576	1.194	163.820.250	136.204.650
Maret	1.097	920	102.240.400	102.486.650
April	1.160	389	108.730.550	39.570.800
Mei	1.204	370	117.313.450	40.639.500
Juni	1.198	904	117.803.300	106.489.200
Juli	1.431	1.046	142.836.300	118.902.800
Agustus	1.109	913	107.947.450	105.106.700
September	1.175	779	115.280.400	87.638.300
Oktober	1.115	849	112.236.300	100.776.000
November	1.080	876	107.907.500	103.807.100
Desember	1.068	899	126.297.850	110.750.500
Total	14.461	10.355	1.450.746.650	1.190.765.300

(Sumber : Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta barat)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pengunjung yang datang pada tahun 2016 sebanyak 14.461 tamu dan pada tahun 2017 sebanyak 10.355 tamu. Bahkan disini juga terlihat penurunan omset yang tidak stabil pada tahun 2017 tiap bulannya. Dari data jumlah pengunjung inilah peneliti mulai mencari tahu tentang pengunjung yang datang ke Yopie Salon apakah mereka merasa nyaman atau tidak dengan pelayanan yang diberikan, sebab berpengaruh sekali dengan kepuasan

konsumen karena konsumen yang puas akan menimbulkan loyalitas konsumen terhadap Yopie Salon itu sendiri.

Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang atau jasa tertentu. Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan di Yopie Salon menunjukkan bahwa pelanggan selalu setia untuk datang ke Yopie Salon, pelanggan juga nyaman dengan pelayanan Yopie Salon, pelanggan juga suka menggunakan jasa potong rambutnya, *HairSpa* dan manikur di Yopie Salon. Bahkan pelanggan juga akan merekomendasikan Yopie salon kepada orang lain lalu menceritakan keunggulan Yopie Salon dan memberikan informasi yang baik tentang Yopie Salon kepada orang lain.

Hal itu membuktikan bahwa pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk/jasa dari produsen yang sama. Adanya pelanggan yang loyal terdiri dari banyak faktor yang membuat pelanggan Yopie Salon setia pada produk/jasa yang mereka pilih.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah **bukti fisik**

merupakan penampilan dan sarana yang dimiliki oleh perusahaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dari bukti fisik yang dimiliki. Lokasi Yopie Salon Mall Ciputra berada di Jl. Letjen S.Parman Kav.21, RT.011/RW.01 Tanjung Duren Utara, Grogol Petamburan – Jakarta Barat. Letak Yopie Salon di Mall Ciputra juga sangat strategis karena berada di Lantai LG 2, artinya ketika masuk Mall lokasi salon tidak terlalu jauh. Selain lokasinya yang strategis, Gedung/outlet Yopie Salon juga dengan kondisi yang baik, dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti ruang spa & reflexy, ruang khusus *creambath*, ruang tunggu dan peralatan yang modern. Bahkan bukan hanya kondisi gedung dan fasilitasnya saja yang diperhatikan tetapi pegawai Yopie Salon juga sangat di perhatikan, pegawai Yopie Salon berpakaian rapih, bersih, dan berpenampilan modis, semua itu untuk menciptakan kepuasan konsumen sehingga konsumen akan loyalitas terhadap Yopie Salon.

Dari faktor tersebut bukan hanya bukti fisik tetapi **kehandalan** merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat serta dapat dipercaya. Ketepatan waktu, Pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Yopie Salon Mall Ciputra mempunyai waktu yang tepat dan sesuai dalam menjalankan bisnisnya seperti, ketepatan waktu salon untuk buka pada pukul 10.00 WIB dan tutup pada pukul 22.00 WIB. Yopie Salon Mall Ciputra berupaya untuk dapat memperhatikan semua pelanggan agar tidak ada kesalahan.

Yopie Salon Mall Ciputra juga memiliki kemampuan dalam memberikan

pelayanan yang baik dan tepat waktu kepada pelanggan ketika pengunjung ramai akan cepat termudahkan pelayanannya dan Yopie Salon akan bertanggung jawab penuh jika ada kesalahan seperti ketika ada tamu yang mengalami kerusakan pada rambutnya saat dalam proses *smoothing*, pihak salon akan langsung menangani dengan memberikan vitamin rambut yang bagus untuk memperbaiki kerusakan tersebut. Dan juga ketika ada tamu yang tidak sesuai dengan cat warna rambutnya, pihak salon juga akan langsung mengubah dengan apa yang diinginkan pelanggan.

Begitupun di Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat, seorang pegawai harus mempunyai **ketanggapan** merupakan pelayanan yang diberikan secara cepat dan tanggap kepada pelanggan dan menolong permasalahan pelanggan serta penyampaian informasi yang jelas kepada pelanggan. Pegawai Yopie Salon Mall Ciputra dituntut untuk cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, Ketanggapan yang ditunjukkan pada saat pelanggan ingin mengganti warna rambut lalu karyawan salon memberikan solusi terbaik dengan tanggap melihatkan warna-warna rambut yang cocok sesuai karakteristik pelanggan tersebut. Kemudian dapat memberikan informasi atau penjelasan yang jelas tentang keunggulan produk warna rambut yang akan digunakan.

Dari penjelasan tentang kehandalan di Yopie Salon Mall Ciputra, yang wajib di miliki atau di lakukan oleh pegawai adalah **jaminan** yang merupakan kemampuan perusahaan dengan memiliki pengetahuan, kesopanan, dan jaminan seperti keamanan dapat memberikan kepercayaan diri yang tinggi dan tidak ragu-ragu pada pelanggan

dalam menilai perusahaan tersebut. Yopie Salon Mall Ciputra senantiasa memberikan pelayanan dengan sopan contohnya memberikan sambutan yang ramah ketika pelanggan datang lalu dengan senyum menanyakan apa yang diinginkan pelanggan dan melayani dengan hati-hati.

Kemudian memberikan produk yang bagus dan berkualitas agar pelanggan puas, serta terampil dalam melakukan perawatan sebab karyawan Yopie Salon memiliki keahlian yang sudah terjamin karena memiliki sertifikat khusus pada *hairstylist* yang bekerja di Yopie Salon Mall Ciputra.

Setelah itu yang sangat diperhatikan oleh pegawai yaitu mempunyai sikap empati terhadap pelanggannya, karena **empati** merupakan kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus secara individual atau perorangan kepada para pelanggan dengan harapan mengetahui segala keinginan dan kebutuhan konsumen dan menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa pelayanan yang telah diberikan serta mendengarkan keluhan atau keinginan yang spesifik mengenai pelayanan yang diberikan. Karyawan Yopie Salon kebanyakan sudah akrab dengan pelanggan dan mengetahui jelas apa yang dibutuhkan pelanggan, karena dengan perhatian yang tulus dari karyawan Yopie Salon Mall Ciputra ada beberapa pelanggan yang secara pribadi menjelaskan keluhan permasalahan pada dirinya entah masalah rambut, tubuh, wajah dan lain-lain. Maka komunikasi antara karyawan dan pelanggan terlihat jelas. Maka dilihat dari penjelasan empati ini dapat disimpulkan bahwa Yopie Salon memenuhi karakteristik yang menumbuhkan rasa loyalitas

pelanggan terhadap Yopie Salon Mall Ciputra.

Berikut disajikan dalam latar belakang penelitian beberapa pemaparan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai referensi dan data perbandingan untuk penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 1.3
Research Gap

Variabel	Peneliti	Hasil Penelitian
Bukti Fisik (X1)	Hayu Yolanda Utami (2014)	Bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
	Muhammad Arief Surachman ¹ dan Elvira Azis ² (2017)	Bukti fisik tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
Kehandalan (X2)	Nur Laili farida (2017)	Kehandalan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
	Aryanti ¹ (2017)	Kehandalan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
Ketanggapan (X3)	Agus Budi Purwanto dan Susanti Wahyuningsih (2013)	Ketanggapan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
	Aryanti ¹ (2017)	Ketanggapan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
Jaminan (X4)	Diah Yulisetiarni (2015)	Jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

	Yuni Thimang ¹ (2017)	Jaminan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
Empati (X5)	Gempo Haryono dan Susi Evanita (2015)	Empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
	Adam Siwalima (2017)	Empati tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

(Sumber : Data diolah penulis 2018)

Berdasarkan penjelasan diatas serta hasil reseach gap, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati Terhadap Loyalitas Pelanggan Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat”**.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah Bukti fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat ?
2. Apakah bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat ?
3. Apakah kehandalan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat ?
4. Apakah ketanggapan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat ?

5. Apakah jaminan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat ?
6. Apakah empati secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat ?

1.3 Batasan Masalah

1. Dalam penelitian ini penulis hanya membahas mengenai variabel Bukti fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati terhadap Loyalitas pelanggan Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat.
2. Peneliti dilakukan hanya pada Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat.

1.4 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh Bukti fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati pada loyalitas pelanggan Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat secara simultan
- b. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik pada loyalitas pelanggan Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat secara parsial
- c. Untuk mengetahui pengaruh keandalan pada loyalitas pelanggan Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat secara parsial

- c. Untuk mengetahui pengaruh ketanggapan pada loyalitas pelanggan Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat secara parsial
- d. Untuk mengetahui pengaruh jaminan pada loyalitas pelanggan Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat secara parsial
- e. Untuk mengetahui pengaruh empati pada loyalitas pelanggan Yopie Salon Mall Ciputra Jakarta Barat secara parsial

1.4.2 Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

Menambah wawasan pengetahuan tentang kualitas pelayanan dalam pemasaran dan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Universitas Satya Negara Indonesia.

b. Bagi Akademik

Diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk memperluas ilmu pengetahuan, serta dapat digunakan sebagai acuan dan referensi bahan pertimbangan bagi peneliti-peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa dimasa yang akan datang.

c. Bagi Perusahaan

Menjadi salah satu sumber informasi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada saat datang ke Yopie Salon

Mall Ciputra dan membuat strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan dibidang salon kecantikan.

