

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

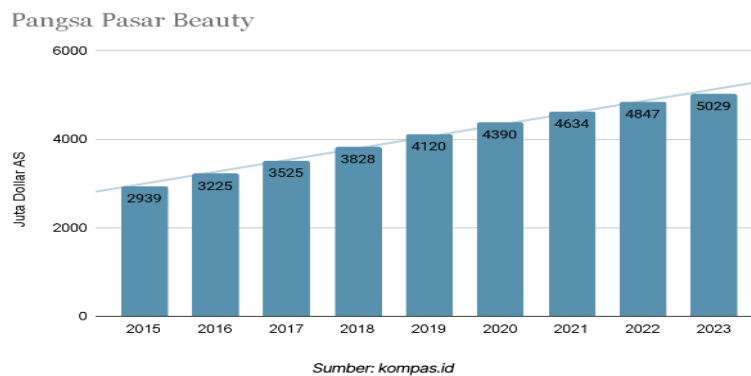
### **A. Latar Belakang Masalah**

Usaha salon kecantikan saat ini berkembang pesat, tidak terbatas pada perawatan rambut, kini salon juga telah menyediakan perawatan wajah dan anggota tubuh lainnya. Dan setiap perusahaan termasuk usaha salon kecantikan yang ingin berkembang dan mendapatkan kepuasan dari konsumen harus bisa memberikan nilai yang lebih terhadap berbagai kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Dengan terciptanya sebuah kepuasan bagi seorang konsumen bisa memberikan berbagai manfaat seperti hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis dan memberikan dasar yang baik pada saat melakukan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan. Pelaku bisnis pada saat sekarang ini lebih kreatif ketika memberikan pelayanan kepada konsumennya, hal tersebut bertujuan memberikan rasa puas kepada konsumen dan dapat memiliki daya saing yang kuat dipasaran. Disini kualitas pelayanan diberikan secara maksimal tentunya akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas seorang konsumen. Konsumen yang loyal, tidak hanya akan melakukan pembelian berulang, tetapi juga akan mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa (Fraulen et al., 2022).

Perkembangan teknologi di zaman sekarang sangat pesat. Adanya perkembangan teknologi ini sangatlah bermanfaat, salah satunya dibidang kecantikan. Pandangan sebagian besar masyarakat menganggap bahwa di zaman sekarang fashion merupakan sebuah kebutuhan, hal ini dapat dilihat di dalam dunia kerja yang dimana seseorang dituntut untuk memiliki penampilan yang baik / good looking. Perawatan di salon bukanlah hal tabu untuk dilakukan baik pada wanita

maupun pria. Berbagai cara dilakukan individu terutama kaum wanita untuk mempertahankan dan merawat kecantikannya, salah satunya dengan pergi ke salon.

Meningkatkan aktivitas berbelanja pada industri kecantikan tidak lepas dari jumlah masyarakat di Indonesia yang mencapai 267 juta jiwa dengan populasi wanita 130 jiwa, ditambah lagi segmen kaum adam yang tak kalah memperhatikan penampilan, membuat pasar produk kecantikan makin melebar.



Gambar 1.  
Pangsa Pasar Kecantikan

Peningkatan jumlah pelaku usaha di industri kosmetik saat ini didominasi oleh sektor UMKM, yakni sebesar 83%. Hal ini menunjukkan besarnya potensi dan peluang dalam industri kosmetik khususnya di Indonesia. Salah satu industri dari jasa perawatan dan kecantikan yaitu salon kecantikan. Salon merupakan tempat untuk mempercantik dan merawat diri bagi para kaum hawa agar terlihat lebih cantik dan menarik. Pelayanan yang diberikan pada setiap salon berbeda-beda, ada sistem yang memberikan pelayanan yang sangat baik dan ada juga yang masih secara sederhana. Sebagai usaha jasa, kualitas pelayanan yang diberikan oleh salon terhadap kepuasan pelanggan menjadi sangat penting.

Penelitian ini dilakukan di Salon Sonae Beauty Studio Kota Madiun. Layanan yang diberikan seperti, *Sulam, nail art, eyelash, facial* dan *pedicure*.

Tabel 1.1 Rata-Rata Pengunjung Setiap Bulan

No.	Treatment	Jumlah (orang)
1.	Sulam	120
2.	Nail art	150
3.	Eyelash	120
4.	Facial	110
5.	Pedicure	130

Sumber: Sonae beauty studio

Adapun pengunjung yang datang pada tahun 2021-2023 sebagai berikut.



Sumber: Sonae Beauty Studio

Berdasarkan hasil data pesaing salon Sonae Beauty Studio yaitu CIA Nailart data pengunjung yang datang rata-rata dalam satu bulan sesuai dengan produk yang ditawarkan sebagai berikut.

Tabel 1.2. Rata-Rata Pengunjung Pesaing Setiap Bulan

No.	Treatment	Jumlah (orang)
-----	-----------	----------------

1.	Sulam	85
2.	Nail art	135
3.	Eyelash	110
4.	Pedicure	122

Sumber: Cia Nailart

Hasil data pengunjung di atas menunjukkan bahwa Sonae Beauty Studio memiliki pelanggan yang cukup banyak untuk sebuah salon *treatment* yang ada di Kota Madiun. Hal ini tentu ditunjang oleh pelayanan sarana dan prasarana yang memadai yang diberikan oleh Sonae Beauty Studio. Tidak dapat dipungkiri tentu ada pesaing yang juga memiliki *treatment* yang hampir sama yang selama ini dianggap sebagai rival Sonae beauty studio yaitu Cia nailart.

Tabel 1.3. Perbandingan Sonae Beauty Studio Dengan Pesaing

No.	Treatment	Sonae Beauty Studio	Cia Nailart
1.	Sulam	Ada	Ada
2.	Nail art	Ada	Ada
3.	Eyelash	Ada	Ada
4.	Facial	Ada	Tidak ada
5.	Pedicure	Ada	Ada
6.	Pearching/tindik	Ada	Tidak ada

Pelayanan yang diberikan oleh Cia *nail art* hanyalah *eyelash nail art* dan *pedicure*. Tentu berbeda dengan Sonae beauty studio yang memiliki Sulam, *nail art*, *eyelash*, *facial* dan *pedicure*. Cia *nail art* kurang begitu dikenal karena lokasi dan promosi yang dilakukan kurang greget dan kurangnya pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan yang tidak dapat dipenuhi oleh Cia *nail art* seperti sulam dan

*facial*. Oleh karena itu pelanggan lebih memilih Sonae beauty studio karena treatmentnya lebih lengkap.

Pelaku bisnis pada saat sekarang ini lebih kreatif ketika memberikan pelayanan kepada konsumennya, hal tersebut bertujuan memberikan rasa puas kepada konsumen dan dapat memiliki daya saing yang kuat dipasaran. Disini kualitas pelayanan diberikan secara maksimal tentunya akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas seorang konsumen. Konsumen yang loyal, tidak hanya akan melakukan pembelian berulang, tetapi juga akan mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa. Dengan mendapatkan pelayanan yang baik, maka konsumen tidak akan pernah bosan untuk menggunakan jasa dari salon Sonae beauty studi dan mereka tidak akan beralih kepada salon yang lain. Pelanggan yang loyal selalu berulang kali menggunakan jasa. Pengguna jasa dari para pelanggan loyal bisa menjadi salah satu sumber pemasukan.

Menurut Kotler & Keller (2016), loyalitas konsumen dipengaruhi dipengaruhi oleh kesetiaan terhadap pembelian produk, artinya konsumen yang menggunakan jasa salon Sonae Beauty Studio apabila sedang membutuhkan perawatan pedicure atau produk lain maka yang akan di cari adalah Salon Sonae Beauty Studio. Pengalaman yang sudah pernah diperoleh menunjukkan bahwa produk yang dimiliki oleh Sonae memberikan kepuasan sehingga di saat membutuhkan kembali maka konsumen akan menggunakan salon Sonae Beauty Studio kembali. Indikator loyalitas konsumen berikutnya adalah ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan, artinya meskipun banyak sekali salon yang menawarkan mungkin lebih baik dari Salon Sonae beauty studio namun karena konsumen merasa puas dengan salon Sonae Beauty Studio tidak akan

mempengaruhi pilihan mereka kepada salon yang lain. Indikator berikutnya tentang loyalitas konsumen adalah mereferensikan secara total eksistensi perusahaan, artinya dengan pengalaman dan kepuasan pengguna salon Sonae Beauty Studio, maka konsumen tersebut akan merekomendasikan salon ini kepada kerabat, saudara atau teman dekat. Hal ini disampaikan sesuai dengan pengalaman yang mereka peroleh saat menggunakan salon Sonae Beauty Studio. Adanya loyalitas konsumen dipengaruhi pula oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak jasa salon kepada semua pelanggan, maka kualitas pelayanan sangat penting.

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan bagi Sonae Beauty Studio menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Menurut Lupiyoadi mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Indikator dari kualitas pelayanan diantaranya yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* (Lupiyoadi, 2013). Bukti fisik (*tangibles*), artinya pelayanan yang diberikan Sonae Beauty Studio memberikan hasil yang nyata sesuai keinginan konsumen seperti perawatan yang diberikan langsung terlihat nyata menjadi lebih cantik, lebih glowing dan sebagainya. Keandalan (*reliability*), yaitu dalam proses perawatan atau *treatment* dilakukan Sonae Beauty Studio dengan keahlian sesuai produk *treatment*. Jadi yang menangani benar-benar ahli dibidangnya. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu perawatan yang dilakukan dilakukan Sonae Beauty Studio dengan ramah, tanggap

dan cepat. Jaminan (*assurance*) yaitu, perawatan yang diberikan diberi garansi, sehingga apabila ada kerusakan selama masih dalam masa garansi maka salon akan memberikan pelayanan gratis. Dan empati (*emphaty*) yaitu perawatan dilakukan Sonae Beauty Studio penuh dengan perhatian dan kehati-hatian agar konsumen tidak merasakan sakit pada saat perawatan (Lupiyoadi, 2013). Dari kelima indikator tersebut, kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan konsumen. Apabila salon kecantikan dapat memberikan kualitas pelayanan yang sama dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas terhadap produk ataupun jasa yang diberikan. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepercayaan merupakan kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan konsumen kepada Sonae Beauty Studio memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap keberlangsungan usaha, karena jika produk sebuah perusahaan sudah tidak dipercayai lagi oleh konsumen maka produk tersebut akan sulit untuk berkembang di pasar. Namun sebaliknya jika produk Sonae Beauty Studio tersebut dipercayai oleh konsumen, maka produk tersebut akan dapat terus berkembang di pasar. Kepercayaan ini yang harus selalu didapatkan oleh perusahaan, semakin konsumen percaya, perusahaan akan terus menjalani hubungan yang baik dengan konsumennya (Primaputra & Sudaryanto, 2023). Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama. Apabila kepercayaan sudah timbul antara pelanggan dan Sonae Beauty Studio, maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah. Kepercayaan timbul ditunjukkan oleh suatu kredibilitas yang diperoleh dari pihak lain karena memiliki keahlian yang dikehendaki untuk melakukan suatu tugas.

Kepercayaan juga dapat diperoleh karena melakukan sesuatu hal yang terbaik kepada pihak lain melalui suatu hubungan. Tingkat kepercayaan dapat diukur melalui indikator antara lain kesungguhan/ketulusan, artinya salon Sonae beauty Studio memberikan pelayanan secara serius dan sungguh-sungguh memenuhi kebutuhan konsumen untuk menjadi lebih cantik. Kemampuan, artinya salon Sonae beauty Studio memiliki keahlian dan kemampuan tentang treatment yang ditawarkan kepada konsumen. Integritas artinya Salon Sonae beauty Studio merupakan salon yang sudah berpengalaman memiliki pelanggan yang banyak dan juga diminati oleh para pejabat dan masyarakat umum. Penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi, artinya apabila terjadi kesalahan dalam perawatan salon Sonae Beauty Studio memberikan garansi.

Kepuasan adalah tanggapan pelanggan Sonae Beauty Studio atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan. Perilaku konsumen Sonae Beauty Studio berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, P. and Keller, 2016). Indikator kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah apabila suatu kegiatan yang pernah dilakukan atau dialami sehingga dapat menimbulkan kepuasan. Dikaitkan dengan salon Sonae Beauty Studio bahwa



untuk produk *treatment* yang ditawarkan dapat memberikan pengalaman baru bagi konsumen seperti sulam alis dan *eyelash* yang sebelumnya belum ada di Kota Madiun dan yang mengawali adanya *treatment* tersebut adalah Salon Soane beauty Studio, sehingga hal ini memberikan pengalaman yang berbeda bagi pelanggan salon. Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan. Salon Soane Beauty Studio memiliki banyak pelanggan, hal ini menunjukkan banyak pelanggan yang merasa puas karena sudah memenuhi harapan mereka. Selain itu kesesuaian antara keperluan atau kebutuhan dengan produk yang tersedia. Bila semua terpenuhi, maka akan timbul kepuasan. Kebutuhan akan *treatment* terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen terhadap salon kecantikan (Kotler, 2016).

Gap research penelitian oleh Halimatussakdiah, C. F. (2022) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Variabel Kepuasan Pada PT. Indah Logistik Cargo Di Kota Langsa” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun penelitian oleh Candra Afreza, Wiyadi (2024) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Market Place Shopee, diperoleh hasil bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang pernah dilakukan Hafiz Ramadhan (2022) tentang *Analysis Of The Influence Of Service Quality And Trust On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variable In Menantea Field* mengatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun penelitian yang dilakukan

Nurchahyo dan Mathori (2018) tentang Pengaruh kepercayaan Terhadap Loyalitas menunjukkan tidak ada pengaruh tingkat kepercayaan secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Juliana dan Keni (2020) tentang Prediksi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan tidak dapat secara positif dan signifikan memprediksi loyalitas pelanggan, kualitas layanan dan kepercayaan dapat memprediksi secara positif kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dapat secara positif dan signifikan memprediksi loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan dapat memediasi prediksi positif kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Fiorentina Dewantari, dkk (2024) tentang Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BRI di Buleleng, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh yang signifikan. Untuk kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan mendapat hasil tidak berpengaruh signifikan.

Adanya perbedaan hasil penelitian (gap research) dari hasil penelitian terdahulu maka menjadi motivasi untuk melakukan penelitian terkait dengan pengaruh kualitas layanan dan tingkat kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai pemediasi.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini membahas tentang **Kepuasan Konsumen Memediasi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Sonae Beauty Studio).**

## **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, dan kepercayaan, variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan dan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.
2. Obyek penelitian dilakukan di Sonae Beauty Studio Kota Madiun.
3. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan penelitian dilakukan secara analisa kuantitatif.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ?
4. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan ?
5. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan ?
6. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan ?
7. Apakah ada pengaruh kepercayaan melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan ?

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap

- kepuasan konsumen.
2. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.
  3. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
  4. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.
  5. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.
  6. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.
  7. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kepercayaan melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian antara lain sebagai berikut:

##### 1. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini harapannya dapat menambah bekal wawasan secara teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama dibangku kuliah dengan realita yang ada.

##### 2. Bagi Sonae Beauty Studio

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan tentang pentingnya *Service Quality*, Kepercayaan, dan Kepuasan konsumen yang berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen, sehingga mampu

diterapkan dalam membuat atau menentukan strategi untuk meningkatkan penjualan..

### 3. Bagi Unipma Madiun

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk menambah bahan bacaan perpustakaan dan sebagai informasi penelitian dengan pembahasan yang sama bisa menjadi sumbangan pemikiran sebagai bahan referensi atau pedoman peneliti, baik di lingkungan kampus Universitas PGRI Madiun, ataupun luar kampus.