BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, khususnya pada sektor usaha jasa. Sektor jasa menjadi salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, serta memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), perekonomian Indonesia tahun 2025 tumbuh sebesar 5,11 persen, dimana pertumbuhan tertinggi dari sisi produksi terjadi pada lapangan usaha jasa lainnya sebesar 9,93 persen. Data tersebut menunjukkan bahwa sektor jasa terus mengalami perkembangan dan memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Salah satu usaha jasa yang mengalami perkembangan cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah usaha jasa perawatan rambut atau *barbershop*. Perkembangan industri *barbershop* menunjukkan bahwa usaha ini tidak lagi dipandang hanya sebagai tempat untuk memotong rambut, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, khususnya kaum pria. Saat ini, masyarakat semakin memperhatikan penampilan, kerapian, dan kepercayaan diri sehingga kebutuhan terhadap jasa *barbershop* terus meningkat. Kondisi tersebut

menyebabkan pertumbuhan usaha *barbershop* semakin berkembang di berbagai daerah, baik di kota besar maupun di wilayah pedesaan.

Perubahan gaya hidup masyarakat modern juga menyebabkan pelanggan memiliki harapan yang semakin tinggi terhadap kualitas jasa yang diterima. Pelanggan tidak hanya mempertimbangkan hasil akhir dari jasa yang digunakan, tetapi juga memperhatikan pengalaman selama proses pelayanan berlangsung. Dalam usaha *barbershop*, pelanggan cenderung memilih tempat yang mampu memberikan pelayanan yang cepat, ramah, nyaman, serta mengikuti tren gaya rambut yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, suasana tempat, kebersihan area pelayanan, fasilitas pendukung, serta kemampuan *barberman* dalam memahami keinginan pelanggan juga menjadi pertimbangan penting dalam menentukan pilihan.

Meningkatnya jumlah usaha *barbershop* di berbagai daerah menyebabkan persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan agar dapat mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang kompetitif. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi dalam aspek harga, tetapi juga pada kualitas pelayanan, fasilitas, kenyamanan tempat, inovasi layanan, serta kemampuan usaha dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Pelanggan cenderung memilih *barbershop* yang mampu memberikan pelayanan sesuai harapan dan didukung fasilitas yang memadai dibandingkan dengan *barbershop* lain yang kurang memperhatikan kualitas pelayanan dan fasilitas.

Fenomena tersebut juga terjadi di Kecamatan Pilangkenceng, Kabupaten Madiun. Saat ini terdapat beberapa usaha *barbershop* yang beroperasi di wilayah tersebut sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Daftar Nama Barbershop di Kecamatan Pilangkenceng

No.	Nama *Barbershop*	Alamat
1.	Maijo *Barbershop*	Jl. Raya Pilangkenceng, Kenongorejo, Kec. Pilangkenceng, Kab. Madiun
2.	*Barber*shop Kaji Likin	Jl. Raya Pilangkenceng, Kenongorejo, Kec. Pilangkenceng, Kab. Madiun
3.	Benben *Barbershop*	Jl. Raya Kenongorejo, Kenongorejo, Kec. Pilangkenceng, Kab. Madiun
4.	DD *Barbershop*	Sumbergandu II, Sumbergandu, Kec. Pilangkenceng, Kab. Madiun
5.	Kalief *Barbershop*	Jl. Raya Pilangkenceng, Sumbergandu, Kec. Pilangkenceng, Kab. Madiun
6.	*Barbershop* Andalan	Bajulan, Kec. Pilangkenceng, Kab. Madiun

Sumber: Penulis, 2026

Banyaknya usaha *barbershop* yang berkembang di Kecamatan Pilangkenceng menyebabkan persaingan usaha menjadi semakin kompetitif. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, fasilitas yang memadai, serta pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan agar mampu mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Salah satu usaha *barbershop* yang berkembang di Kecamatan Pilangkenceng adalah Maijo *Barbershop*. Maijo *Barbershop* berlokasi di Jl. Raya Pilangkenceng, Desa Kenongorejo, Kecamatan Pilangkenceng, Kabupaten Madiun. Maijo *Barbershop* mulai beroperasi pada bulan Juli tahun 2023 dan saat ini menjadi salah satu *barbershop* yang cukup dikenal oleh masyarakat sekitar. Maijo *Barbershop* menawarkan

berbagai layanan seperti *hair cut*, *shaving*, *coloring*, *perming*, *highlight*, dan *hair tattoo* dengan konsep pelayanan yang mengikuti perkembangan gaya rambut pria modern.

Dalam menjalankan usahanya, Maijo *Barbershop* berupaya memberikan pelayanan yang baik melalui *barberman* yang memiliki kemampuan pangkas rambut sesuai tren saat ini, harga yang relatif terjangkau, serta lokasi usaha yang strategis. Selain itu, Maijo *Barbershop* juga menyediakan layanan *home service*, yaitu layanan potong rambut langsung ke tempat pelanggan melalui pemesanan via WhatsApp. Inovasi tersebut dilakukan untuk memberikan kemudahan dan meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam menggunakan jasa Maijo *Barbershop*.

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, Maijo *Barbershop* berupaya membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas. Hubungan pelanggan yang baik menjadi dasar penting dalam orientasi pemasaran modern (Kotler & Armstrong, 2024). Upaya tersebut tercermin dari perkembangan usaha Maijo *Barbershop* yang menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari bertambahnya omzet usaha yang diperoleh Maijo *Barbershop*. Kenaikan omzet menunjukkan bahwa jasa yang ditawarkan semakin diterima oleh pelanggan dan mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan yang tersedia. Selain itu, peningkatan omzet juga mengindikasikan adanya keputusan pembelian yang dilakukan

pelanggan secara berkelanjutan. Berikut ini merupakan data omzet Maijo *Barbershop*:

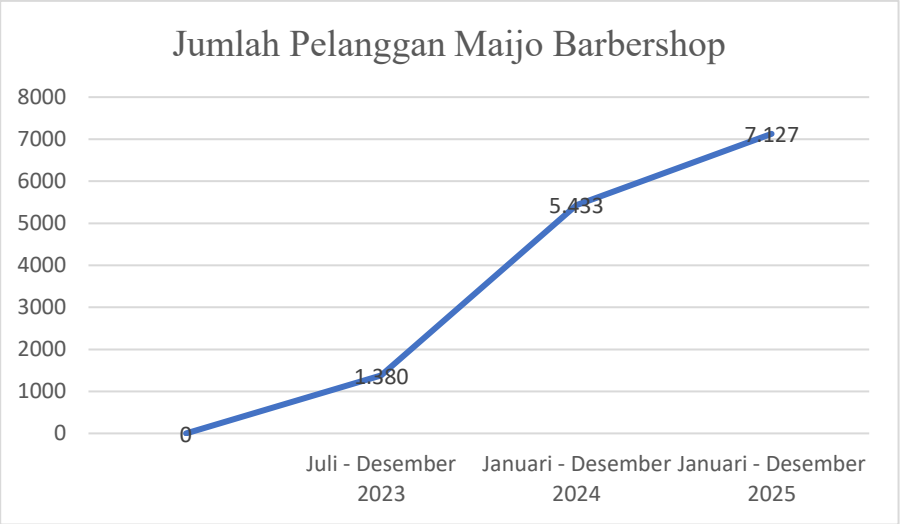
Tabel 1.2 Omzet Maijo Barbershop

No.	Tahun	Priode Operasional	Total Omzet (Rp)
1.	2023	Juli – Desember	20.700.000
2.	2024	Januari – Desember	81.500.000
3.	2025	Januari – Desember	106.900.000
4.	2026	Januari – April	38.700.000
Jumlah			247.800.000

Sumber: Data internal Maijo *Barbershop*, 2026

Omzet Maijo *Barbershop* mengalami peningkatan sejak mulai beroperasi. Pada tahun 2023 periode Juli–Desember omzet tercatat sebesar Rp.20.700.000, kemudian meningkat menjadi Rp.81.500.000 pada tahun 2024, dan kembali meningkat menjadi Rp.106.900.000 pada tahun 2025. Sementara pada tahun 2026 periode Januari–April omzet telah mencapai Rp.38.700.000. Peningkatan omzet tersebut menunjukkan bahwa Maijo *Barbershop* memiliki potensi usaha yang cukup baik dan mampu menarik minat pelanggan.

Selain itu, perkembangan jumlah pelanggan pada Maijo *Barbershop* juga menunjukkan tren yang positif. Peningkatan jumlah pelanggan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa Maijo *Barbershop* dikenal dan dipercaya oleh masyarakat sebagai salah satu penyedia jasa perawatan rambut pria. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya minat pelanggan yang terus meningkat untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Hal ini dapat dilihat pada grafik jumlah pelanggan berikut:



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Pelanggan Maijo Barbershop

Sumber: Data internal Maijo *Barbershop*, 2026

Berdasarkan grafik tersebut, jumlah pelanggan Maijo *Barbershop* juga mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Hal tersebut menunjukkan bahwa Maijo *Barbershop* memiliki tingkat kepercayaan pelanggan yang cukup baik. Namun demikian, peningkatan jumlah pelanggan tidak selalu menunjukkan bahwa seluruh pelanggan merasa puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Dalam usaha jasa, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh banyaknya pelanggan, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan selama menggunakan jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha jasa, termasuk usaha *barbershop*. Kepuasan pelanggan merupakan bentuk penilaian pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan perbandingan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada

orang lain, serta memiliki loyalitas terhadap suatu usaha. Sebaliknya, pelanggan yang merasa tidak puas berpotensi beralih kepada pesaing yang dianggap mampu memberikan pelayanan yang lebih baik.

Menurut Tjiptono (2019), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana hasil yang dirasakan pelanggan sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Dalam usaha jasa, tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya kualitas pelayanan, fasilitas, dan keputusan pembelian pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kesan positif bagi pelanggan, sedangkan fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan selama menggunakan jasa. Dalam usaha jasa *barbershop*, pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir potongan rambut, tetapi juga memperhatikan bagaimana pelayanan diberikan, fasilitas yang tersedia, serta kenyamanan yang dirasakan selama proses pelayanan berlangsung.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang dapat memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2019). Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan secara konsisten. Pelayanan yang baik akan menciptakan kesan positif bagi pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk memilih dan menggunakan jasa yang ditawarkan.

Menurut Sugiyono (2023), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima indikator yaitu *tangibles* (bukti fisik), reliability (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dalam konteks usaha *barbershop*, dimensi tersebut dapat terlihat dari kebersihan, kenyamanan tempat, ketepatan hasil potongan rambut, kecepatan pelayanan, kemampuan *barberman* dalam memberikan rasa percaya kepada pelanggan, serta kemampuan *barberman* dalam memahami kebutuhan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan melakukan keputusan pembelian dan merasa puas terhadap jasa yang digunakan.

Pada kasus Maijo *Barbershop* ini, peneliti terlebih dahulu melakukan pra-penelitian melalui wawancara terhadap beberapa pelanggan untuk mengidentifikasi fenomena dan permasalahan yang terjadi terkait kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada di Maijo *Barbershop*. Pra-penelitian dilakukan sebagai langkah awal untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi aktual yang dirasakan pelanggan selama menggunakan jasa Maijo *Barbershop*. Wawancara dilakukan terhadap 20 pelanggan Maijo *Barbershop* untuk mengetahui tanggapan pelanggan terhadap indikator-indikator kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia.

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan terhadap beberapa pelanggan Maijo *Barbershop,* masih ditemukan beberapa tanggapan terkait kondisi fisik dan kebersihan area pelayanan.



Gambar 1.2 Persentase Tanggapan Pelanggan pada Indikator Tangibles (Bukti Fisik)

Sumber: Hasil Wawancara Pra-Penelitian terhadap Pelanggan Maijo *Barbershop*, Diolah Peneliti (2026)

Hasil diagram menunjukkan bahwa sebanyak 12 pelanggan (60%) menyatakan bahwa kondisi tempat pelayanan di Maijo *Barbershop* sudah cukup bersih dan nyaman. Sementara itu, sebanyak 6 pelanggan (30%) memberikan tanggapan biasa saja, dan 2 pelanggan (10%) menyatakan kurang setuju. Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pelanggan memberikan penilaian positif terhadap kondisi fisik *barbershop*, masih terdapat pelanggan yang merasa kebersihan area pelayanan belum terjaga secara konsisten, terutama ketika kondisi *barbershop* sedang ramai. Kondisi tersebut diperkuat dengan hasil wawancara pra-penelitian, dimana salah satu pelanggan menyampaikan bahwa *"Kadang masih ada sisa rambut di sekitar kursi kalau lagi ramai." (Pelanggan, 21 tahun).* Temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek kebersihan area pelayanan masih perlu ditingkatkan guna

menciptakan kenyamanan pelanggan selama menggunakan jasa Maijo *Barbershop*.

Permasalahan lainnya juga ditemukan pada indikator *reliability* (keandalan), khususnya terkait kesesuaian hasil potongan rambut dengan keinginan pelanggan.



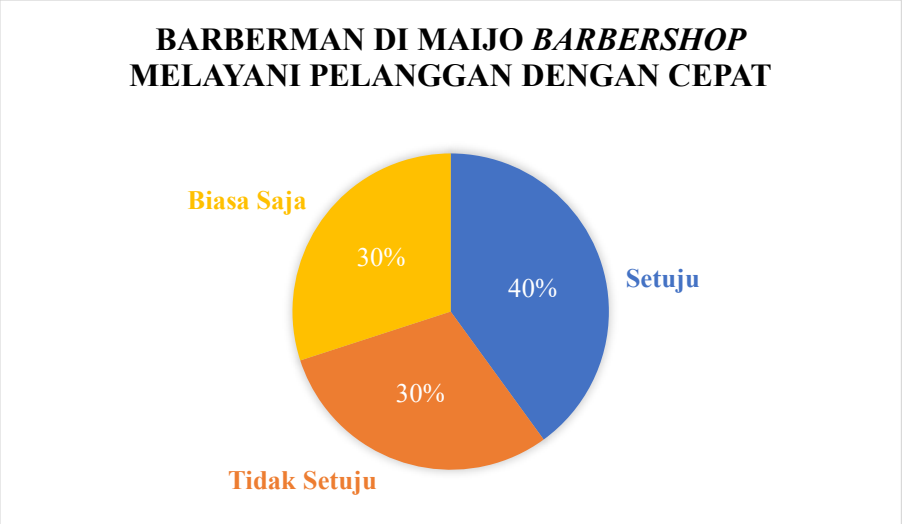
Gambar 03 Persentase Tanggapan Pelanggan pada Indikator Reliability (Keandalan)

Sumber: Hasil Wawancara Pra-Penelitian terhadap Pelanggan Maijo *Barbershop*, Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil tanggapan pelanggan pada diagram tersebut, sebanyak 9 pelanggan (45%) menyatakan bahwa hasil potongan rambut telah sesuai dengan harapan pelanggan. Sementara itu, sebanyak 4 pelanggan (20%) memberikan tanggapan biasa saja dan 7 pelanggan (35%) menyatakan kurang setuju. Data tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang merasa hasil potongan rambut belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsistensi pelayanan masih perlu diperhatikan. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara pra-penelitian dimana salah

satu pelanggan menyampaikan bahwa *"Hasil potongan rambut gak sesuai dengan yang saya inginkan, padahal sebelumnya sudah dijelaskan." (Pelanggan, 23 tahun).* Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan *barberman* dalam memberikan hasil potongan rambut yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan masih perlu ditingkatkan.

Tanggapan lainnya berkaitan dengan indikator *responsiveness* (daya tanggap), khususnya terkait kecepatan pelayanan dan pengelolaan antrean pelanggan ketika kondisi *barbershop* sedang ramai.



Gambar 1.4 Persentase Tanggapan Pelanggan pada Indikator Responsiveness (Daya Tanggap)

Sumber: Hasil Wawancara Pra-Penelitian terhadap Pelanggan Maijo *Barbershop*, Diolah Peneliti (2026)

Data pada diagram menunjukkan bahwa sebanyak 8 pelanggan (40%) menyatakan pelayanan di Maijo *Barbershop* sudah cukup cepat dan responsif. Namun demikian, sebanyak 6 pelanggan (30%) memberikan tanggapan biasa saja dan 6 pelanggan (30%) menyatakan kurang setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat

pelanggan yang menilai pelayanan di Maijo *Barbershop* belum dilakukan secara cepat dan responsif, terutama pada saat jumlah pelanggan meningkat. Selain itu, belum tersedianya sistem nomor antrean menyebabkan antrean menjadi kurang teratur sehingga pelanggan merasa kurang nyaman selama menunggu pelayanan. Kondisi tersebut diperkuat dengan hasil wawancara pra-penelitian dimana beberapa pelanggan menyampaikan bahwa *"Nunggunya lumayan lama, jadi agak kurang nyaman, apalagi kalau lagi ramai." (Pelanggan, 19 tahun).* Pelanggan lainnya juga menyampaikan bahwa *"Kalau ramai kadang bingung antreannya urutannya siapa karena belum ada nomor antrean." (Pelanggan, 22 tahun).* Temuan tersebut menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan dan ketanggapan barberman masih perlu ditingkatkan guna memberikan kenyamanan kepada pelanggan.

Selain itu, tanggapan pelanggan juga menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *assurance* (jaminan), khususnya terkait tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan *barberman* (karyawan) dalam memberikan hasil potongan rambut yang konsisten. Beberapa pelanggan masih meragukan kemampuan *barberman* (karyawan) dalam menghasilkan kualitas potongan rambut, sehingga pelanggan cenderung lebih percaya kepada owner yang dianggap memiliki pengalaman dan keterampilan yang lebih baik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa jaminan atas kompetensi dan profesionalisme *barberman* masih perlu ditingkatkan guna membangun kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan secara konsisten.



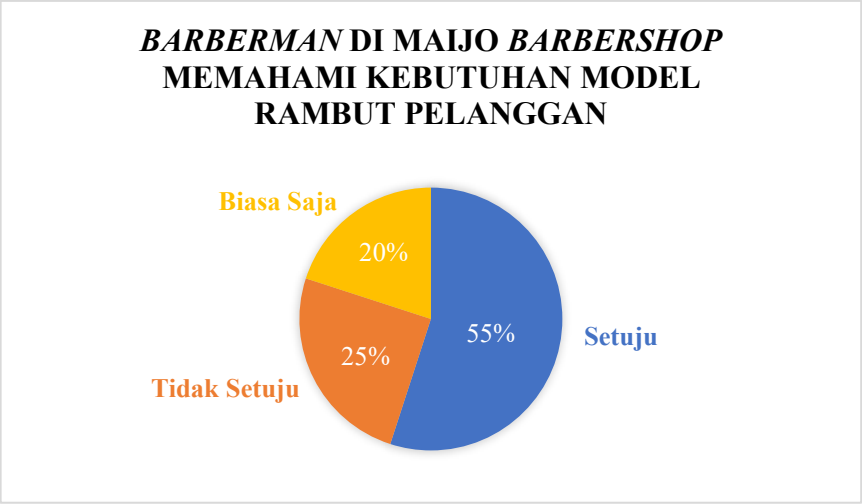
Gambar 1.5 Persentase Tanggapan Pelanggan pada Indikator Assurance (Jaminan)

Sumber: Hasil Wawancara Pra-Penelitian terhadap Pelanggan Maijo *Barbershop*, Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan diagram tersebut, sebanyak 10 pelanggan (50%) menyatakan cukup yakin terhadap kemampuan *barberman* (karyawan) dalam memberikan hasil potongan rambut yang memuaskan. Sementara itu, sebanyak 5 pelanggan (25%) memberikan tanggapan biasa saja dan 5 pelanggan (25%) menyatakan kurang yakin. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian pelanggan masih merasa kurang yakin terhadap konsistensi kemampuan *barberman* (karyawan) dalam memberikan hasil potongan rambut yang memuaskan. Kondisi tersebut diperkuat dengan hasil wawancara pra-penelitian dimana salah satu pelanggan menyampaikan bahwa *"Saya lebih percaya dipotong owner karena hasilnya lebih konsisten." (Pelanggan, 27 tahun).* Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan *barberman* (karyawan) masih perlu ditingkatkan agar

pelanggan merasa lebih yakin dan nyaman selama menggunakan jasa Maijo *Barbershop*.

Permasalahan lainnya juga ditemukan pada indikator *empathy* (empati), khususnya terkait kemampuan *barberman* (karyawan) dalam memahami kebutuhan pelanggan serta memberikan komunikasi yang baik terkait model rambut yang sesuai dengan pelanggan.



Gambar 06 Persentase Tanggapan Pelanggan pada Indikator Empathy (Empati)

Sumber: Hasil Wawancara Pra-Penelitian terhadap Pelanggan Maijo *Barbershop*, Diolah Peneliti (2026)

Hasil diagram menunjukkan bahwa sebanyak 11 pelanggan (55%) menyatakan *barberman* (karyawan) telah memberikan perhatian dan memahami kebutuhan pelanggan dengan baik. Namun demikian, sebanyak 4 pelanggan (20%) memberikan tanggapan biasa saja dan 5 pelanggan (25%) menyatakan kurang setuju. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang merasa *barberman* (karyawan) belum sepenuhnya memahami kebutuhan pelanggan terkait model rambut yang diinginkan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil

wawancara pra-penelitian dimana salah satu pelanggan menyampaikan bahwa *"Barberman (karyawan) kurang kasih saran terkait model rambut yang cocok dengan bentuk wajah saya, makanya hasil akhirnya kurang memuaskan." (Pelanggan, 20 tahun).* Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi dan perhatian *barberman* (karyawan) terhadap kebutuhan pelanggan masih perlu ditingkatkan guna menciptakan pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kenyamanan dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa *barbershop*. Fasilitas termasuk dalam unsur bukti fisik *(physical evidence)* yang berperan dalam menciptakan persepsi kualitas layanan (Tjiptono, 2019). Fasilitas yang memadai akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan meningkatkan persepsi kualitas terhadap suatu jasa. Untuk mengukur fasilitas dalam penelitian ini, digunakan beberapa indikator yang disesuaikan dengan karakteristik objek penelitian yaitu, kelengkapan fasilitas, kebersihan dan kerapihan fasilitas, kenyamanan fasilitas, dan kondisi fasilitas.

Fasilitas yang baik tidak hanya menunjang kelancaran proses pelayanan, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan selama menggunakan jasa. Sebaliknya, fasilitas yang kurang memadai dapat menurunkan tingkat kenyamanan dan berpotensi mengurangi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penyedia jasa perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas fasilitas

sebagai salah satu upaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan serta mempertahankan keberlangsungan usaha.

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan melalui wawancara terhadap 20 pelanggan Maijo *Barbershop*, masih ditemukan beberapa tanggapan terkait fasilitas layanan pendukung yang ada di Maijo *Barbershop.*



Gambar 1.7 Persentase Tanggapan Pelanggan pada Indikator Kelengkapan Fasilitas

Sumber: Hasil Wawancara Pra-Penelitian terhadap Pelanggan Maijo *Barbershop*, Diolah Peneliti (2026)

Hasil diagram menunjukkan bahwa sebanyak 9 pelanggan (45%) menyatakan fasilitas di Maijo *Barbershop* sudah cukup lengkap. Sementara itu, sebanyak 5 pelanggan (25%) memberikan tanggapan biasa saja dan 6 pelanggan (30%) menyatakan kurang setuju. Data tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang menilai fasilitas di Maijo *Barbershop* belum sepenuhnya lengkap dibandingkan dengan *barbershop* lainnya. Kondisi tersebut diperkuat dengan hasil wawancara pra-penelitian dimana beberapa pelanggan menyampaikan

bahwa fasilitas tambahan seperti layanan *massage* atau pijat kepala setelah potong rambut masih belum tersedia. Salah satu pelanggan menyampaikan bahwa *"Gak ada layanan pijat kepala setelah potong rambut." (Pelanggan, 20 tahun).* Temuan tersebut menunjukkan bahwa kelengkapan fasilitas di Maijo *Barbershop* masih perlu ditingkatkan guna mendukung kenyamanan pelanggan selama menggunakan jasa.

Selain itu, tanggapan pelanggan juga menunjukkan adanya permasalahan terkait kerapihan fasilitas yang tersedia di Maijo *Barbershop*.



Gambar 1.8 Persentase Tanggapan Pelanggan pada Indikator Kebersihan dan Kerapihan Fasilitas

Sumber: Hasil Wawancara Pra-Penelitian terhadap Pelanggan Maijo *Barbershop*, Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan diagram tersebut, sebanyak 11 pelanggan (55%) menyatakan bahwa fasilitas di Maijo *Barbershop* sudah cukup rapi. Namun demikian, sebanyak 4 pelanggan (20%) memberikan tanggapan biasa saja dan 5 pelanggan (25%) menyatakan kurang setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian pelanggan masih merasa kondisi

fasilitas belum selalu terlihat rapi, terutama ketika kondisi *barbershop* sedang ramai. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara pra-penelitian dimana beberapa pelanggan menyampaikan bahwa masih terdapat sisa potongan rambut di area pelayanan pada waktu tertentu. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kerapihan fasilitas masih perlu dijaga secara lebih konsisten agar pelanggan merasa nyaman selama menggunakan jasa Maijo *Barbershop*.

Permasalahan lainnya berkaitan dengan indikator kenyamanan fasilitas yang tersedia di Maijo *Barbershop.*



Gambar 1.9 Persentase Tanggapan Pelanggan pada Indikator Kenyamanan Fasilitas

Sumber: Hasil Wawancara Pra-Penelitian terhadap Pelanggan Maijo *Barbershop*, Diolah Peneliti (2026)

Hasil diagram menunjukkan bahwa sebanyak 8 pelanggan (40%) menyatakan fasilitas di Maijo *Barbershop* sudah cukup nyaman. Sementara itu, sebanyak 4 pelanggan (20%) memberikan tanggapan biasa saja dan 8 pelanggan (40%) menyatakan kurang setuju. Data tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang merasa

fasilitas pendukung di Maijo *Barbershop* belum sepenuhnya nyaman. Beberapa pelanggan mengeluhkan penggunaan kipas angin sebagai pendingin ruangan yang dinilai kurang optimal, terutama ketika cuaca panas. Selain itu, penggunaan kursi tunggu berbahan kayu juga dinilai kurang nyaman ketika pelanggan harus menunggu dalam waktu cukup lama. Salah satu pelanggan menyampaikan bahwa *"Nunggunya lama, kurang nyaman, cuma ada kipas, duduk di kursi kayu, kalau ada AC pasti lebih enak." (Pelanggan, 24 tahun).* Temuan tersebut menunjukkan bahwa kenyamanan fasilitas di Maijo *Barbershop* masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan.

Selain itu, beberapa pelanggan juga menyampaikan tanggapan terkait kondisi fasilitas yang dinilai masih perlu ditingkatkan.



Gambar 1.10 Persentase Tanggapan Pelanggan pada Indikator Kondisi Fasilitas

Sumber: Hasil Wawancara Pra-Penelitian terhadap Pelanggan Maijo *Barbershop*, Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil tanggapan pelanggan pada diagram tersebut, sebanyak 10 pelanggan (50%) menyatakan kondisi fasilitas di Maijo

Barbershop sudah cukup baik. Sementara itu, sebanyak 6 pelanggan (30%) memberikan tanggapan biasa saja dan 4 pelanggan (20%) menyatakan kurang setuju. Meskipun sebagian pelanggan memberikan penilaian positif, masih terdapat pelanggan yang menilai fasilitas pendukung seperti ruang tunggu dan tata ruang pelayanan terlihat sederhana dibandingkan dengan *barbershop* lain. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara pra-penelitian dimana salah satu pelanggan menyampaikan bahwa *"Tempatnya sudah cukup bagus, tapi menurut saya fasilitasnya masih bisa ditingkatkan lagi." (Pelanggan, 26 tahun)*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kondisi fasilitas di Maijo *Barbershop* masih perlu diperbaiki guna mendukung kualitas pelayanan dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Berdasarkan hasil pra-penelitian pada indikator fasilitas, dapat diketahui bahwa masih terdapat beberapa aspek fasilitas di Maijo *Barbershop* yang perlu ditingkatkan, terutama pada kenyamanan fasilitas, kelengkapan fasilitas tambahan, serta kebersihan dan kerapihan area pelayanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa fasilitas menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan selama menggunakan jasa Maijo *Barbershop*.

Keputusan pembelian merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen di mana pelanggan benar-benar melakukan

pembelian terhadap produk atau jasa yang dipilih (Kotler & Armstrong, 2024). Dalam konteks usaha jasa *barbershop*, keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, seperti kualitas pelayanan, fasilitas, kenyamanan, serta pengalaman pelayanan yang dirasakan pelanggan.

Keputusan pembelian tidak hanya berhenti pada tindakan membeli, tetapi juga berkaitan dengan pengalaman yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa. Pengalaman tersebut akan membentuk penilaian pelanggan terhadap kualitas yang diterima, yang selanjutnya memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Apabila pengalaman yang diperoleh sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila pengalaman yang dirasakan tidak sesuai dengan harapan, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Dalam penelitian ini, keputusan pembelian digunakan sebagai variabel *intervening* karena diduga mampu menjadi penghubung antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung memutuskan menggunakan jasa *barbershop* apabila kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan serta harapan mereka. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan memutuskan menggunakan jasa Maijo *Barbershop*, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, keputusan pembelian memiliki hubungan

yang erat dengan kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan, sehingga dapat berperan sebagai variabel *intervening* dalam penelitian ini.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang saling berkaitan dalam membentuk perilaku konsumen pada usaha jasa. Penelitian yang dilakukan oleh Manggala & Adirinekso (2022), dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi." menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, namun keputusan pembelian tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga belum mampu memediasi secara penuh hubungan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, keputusan pembelian belum tentu mampu memperkuat hubungan tersebut.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Putri et al. (2025), dengan judul "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel *Intervening* pada Pengguna Jasa GrabFood." menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Hasil penelitian

tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian mampu memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2024), dengan judul "Pengaruh Keragaman Produk, Fasilitas, dan E-WOM terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe* Fortuna dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel *Intervening*." menunjukkan bahwa fasilitas memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, meskipun pada beberapa hubungan pengaruhnya cenderung tidak signifikan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas tetap menjadi faktor yang dipertimbangkan pelanggan dalam menentukan keputusan pembelian dan tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yang berbeda juga ditemukan pada penelitian Herawaty & Fachri (2024), dengan judul "*The Impact of Service Quality, Facilities, and Pricing on Customer Satisfaction: A Study of Barbershop* Swales *in* Pontianak." Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan fasilitas dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut menunjukkan adanya perbedaan temuan terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha *barbershop*.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Darmawan et al. (2022) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian sebagai Variabel *Intervening* pada *Café* Jus Geboy di Kecamatan Prajekan Bondowoso." menunjukkan

bahwa keputusan pembelian tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga keputusan pembelian tidak mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian maupun kepuasan pelanggan. Namun, masih terdapat perbedaan hasil penelitian *(research gap)*, terutama terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta peran keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang signifikan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Selain itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada usaha *barbershop* masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* pada Maijo *Barbershop*. *Novelty* (kebaruan) dalam penelitian ini terletak pada pengembangan model penelitian yang menggabungkan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* pada objek usaha jasa *barbershop*. Penelitian ini tidak hanya menganalisis pengaruh langsung kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga

menguji peran keputusan pembelian dalam menjembatani hubungan antarvariabel tersebut.

Kebaruan penelitian ini juga terletak pada objek penelitian yang digunakan, yaitu Maijo *Barbershop* sebagai usaha *barbershop* lokal yang sedang berkembang di Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun. Penelitian mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan pada usaha *barbershop* di wilayah tersebut masih sangat terbatas, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang lebih spesifik mengenai perilaku pelanggan pada usaha jasa *barbershop* lokal.

Selain itu, penelitian ini juga dilakukan berdasarkan *adanya research gap* dari penelitian terdahulu, dimana beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembaruan empiris mengenai hubungan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada usaha jasa *barbershop*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel *Intervening* pada Maijo *Barbershop*."**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan, maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Maijo *Barbershop* sebagai salah satu *barbershop* di Kecamatan Pilangkenceng, Kabupaten Madiun.
2. Responden dalam penelitian ini dibatasi pada pelanggan yang yang pernah menggunakan jasa Maijo *Barbershop* minimal 1 (satu) kali dan pelanggan yang berusia minimal 14 tahun keatas, sedangkan responden berusia di bawah 14 tahun diwakili oleh orang tua atau wali dalam pengisian kuesioner.
3. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel *Intervening*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Maijo *Barbershop*?
2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Maijo *Barbershop*?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maijo *Barbershop*?

4. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maijo *Barbershop*?
5. Apakah keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maijo *Barbershop*?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Maijo *Barbershop*?
7. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Maijo *Barbershop*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan Maijo *Barbershop*.
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian pelanggan Maijo *Barbershop*.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Maijo *Barbershop*.
4. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Maijo *Barbershop*.
5. Untuk menganalisis pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan Maijo *Barbershop*.

6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Maijo *Barbershop*.
7. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Maijo *Barbershop*.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat yaitu antara lain:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran jasa. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, serta sebagai bahan perbandingan dalam penelitian di bidang usaha jasa lainnya.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Maijo *Barbershop*

      Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pihak Maijo *Barbershop* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan

kepada pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong keputusan pembelian pelanggan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

b. Bagi Pelaku Usaha Jasa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan bagi pelaku usaha jasa lainnya mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan fasilitas dalam memengaruhi keputusan pembelian serta kepuasan pelanggan, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

3. Manfaat Empiris

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti dalam menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran jasa, serta mengembangkan kemampuan analisis terkait pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian..

b. Bagi Universitas PGRI Madiun

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan literatur tambahan bagi civitas akademika, khususnya

mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang manajemen pemasaran jasa.