

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring pertumbuhan zaman dan meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka gaya hidup masyarakat pun akan semakin berkembang. Hal ini membuat masyarakat semakin peduli dengan penampilan dan berlomba-lomba untuk memperbaiki penampilan mereka baik dari segi penampilan maupun gaya rambut yang mengikuti tren. Umumnya, hanya kaum perempuan yang dikenal suka mengganti gaya rambut, namun sekarang kaum laki-laki pun juga peduli dengan gaya rambut (**FARISY 2019**)

Dahulu, laki-laki hanya perlu ke tukang cukur dibawah pohon atau dipinggir jalan untuk memangkas rambut yang sering disebut dengan potong rambut Padang. Kini, tukang cukur dibawah pohon dan dipinggir jalan menjadi lebih modern dengan sebutan barbershop, namun dengan kualitas yang jauh lebih baik dari tukang cukur yang dipinggir jalan. Barbershop umumnya menampilkan nuansa maskulin yang kental, mulai dari sumber daya manusianya yang sangat ahli pada bidangnya dan mampu membuat konsumennya lebih percaya diri dengan diri mereka. Barbershop telah menjawab kebutuhan kaum laki-laki yang enggan memotong rambut dipinggir jalan dikarenakan kurang nyaman, selain itu dengan mereka yang enggan datang kesalon karena takut dianggap feminim.

Berbeda dengan salon, barbershop memiliki suasana yang lebih maskulin dibandingkan dengan salon yang memiliki suasana lebih feminin. Suasana

maskulin dibentuk dengan desain interior dan eksterior yang bertema pria, tukang cukur juga pria dan hanya menerima konsumen pria. Dengan demikian barbershop menjadi tempat yang nyaman bagi kaum pria untuk memanjakan mahkota kepalanya (rambut) tanpa harus malu.

Meningkatnya pamor Barbershop sebagai salah satu tempat cukur yang banyak digandrungi masyarakat khususnya kaum adam tidak terlepas dari teknik pemasaran yang diterapkan oleh pelaku bisnis di bidang ini. Agar selalu menjadi yang terdepan pelaku bisnis diharapkan agar dapat selalu berinovasi didalam kondisi pasar yang selalu dinamis. Ide-ide kreatif menjadi kunci bagi pelaku bisnis agar produknya diminati oleh konsumen. Salah satu konsep pemasaran yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis agar dapat mempengaruhi emosi pelanggan dan membangkitkan suatu perasaan positif didalam pikiranpelanggan adalah dengan menerapkan experiential marketing (**Marketing in Venus - Hermawan Kartajaya, Bembi Dwi Indrio, Dewi Madyani, Yuswohady - Google Buku n.d.**).

Pelaku bisnis barbershop harus mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen agar tercipta suatu kepuasan konsumen. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, Pelayanan yang diberikan barbershop harus mengedepankan kerapian dan kenyamanan konsumen, selain itu, karyawannya juga harus ramah dan siap membantu (*helpful*) sehingga konsumen merasa nyaman dan terkesan. Konsumen Barbershop mayoritas adalah pelajar dan mahasiswa yang umumnya

belum mempunyai pendapatan sendiri. Oleh karena itu pengelola Barbershop juga harus mempertimbangan penetapan harga pada pelayanannya. Dengan demikian diharapkan para pelanggan akan puas dengan pelayanan yang diberikan dan akhirnya mereka sering datang melakukan pembelian ulang.

Perkembangan bisnis barbershop tidak terlepas dari meningkatnya kebutuhan gaya hidup dikalangan pria yang menginginkan tampilan yang lebih rapi dan keren. Barbershop juga tentunya tidak lepas dari perkembangan sistem informasi, informasi yang diperoleh diantaranya jumlah pelanggan, data keuangan dan lain-lain, hal ini tentunya juga merupakan hal yang perlu diteliti, karena seiring perkembangan zaman teknologi yang digunakan pun terus berkembang. Hal utama yang harus diprioritaskan pada jasa barbershop adalah kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan menjadi topik yang menarik untuk dikaji dikarenakan kualitas pelayanan dapat menentukan kepuasan konsumen atas produk yang ditawarkan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi pebisnis barbershop (**Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam et al. n.d.**).

Hal ini menarik untuk dibahas, karena konsep bisnis yang sedang berkembang pasti akan menghadapi banyak tantangan. Dari sebab itu maka penelitian ini mengangkat isu experiential marketing yang terjadi dalam bisnis barbershop. Pelanggan barbershop menjadi objek penelitian, karena barbershop yang berkembang saat ini tidak hanya menawarkan jasa cukur rambut saja namun juga disertai dengan nilai tambah atau added value berupa suasana dan pelayanan yang diberikan yang muncul dari penataan interior dan jasa layanan tambahan

seperti pijat dan handuk hangat. Dalam hal ini berarti pelanggan dipuaskan tidak hanya oleh jasa cukur rambut yang mereka berikan namun juga berbagai pengalaman yang disuguhkan sejak pertama kali datang hingga mereka pulang.

Penelitian ini peneliti mengambil objek di Starsbox Barbershop Padang dimana starsbox barbershop ini sudah merintis kurang lebih dari 6 tahun dengan mempunyai 30 cabang diseluruh Indonesia, tempat cukur ini mendapatkan rating bintang yang cukup tinggi yaitu 5 bintang dengan pengunjung paling banyak diantara barbershop lainnya . Barbershop ini sudah hadir di padang sejak tahun 2019 dan beralamat di Jalan Gajah Mada No 12. Letaknya yang strategis membuat masyarakat mudah untuk menjangkaunya dan mengenal barbershop ini. Barbershop ini memiliki konsep klasik dan oldies dengan desain interior dominan bernuansa kayu. Selain menyediakan jasa pelayanan *grooming*, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, repeat buying, promosi, keputusan pembelian dan penelian konsumen terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Starsbox Barbershop Kota Padang, berikut tabel jenis pelayanan, harga yang ada di starsbox barbershop padang:

Tabel 1.1 Jenis pelayanan dan harga Starsbox Barbershop Padang

Jenis pelayanan dan harga Starsbox Barbershop Padang

No	Jenis layanan	Harga
1	<i>Exlusive haircut</i>	Rp 85.000
2	<i>Premium haircut</i>	Rp 75.000
3	<i>Express haircut</i>	Rp 60.000
4	<i>Kids haircut</i> (umur 10 kebawah)	Rp 55.000
5	<i>Father & son package</i>	Rp 110.00
6	<i>Additional black mask</i>	Rp 25.000
7	<i>Classing shaving with bread treatment</i>	Rp 40.000
8	<i>Man hair spa</i>	Rp 70.000
9	<i>Full black mask & aloevera mask</i>	Rp 35.000
10	<i>Hair color basic (black)</i>	Rp 100.000
11	<i>Hair color fashion</i>	Rp 280.000
12	<i>Hair tato</i>	Rp 60.000

Bedasarkan tabel 1.1 Starsbox Barbershop Padang memberikan pelayanan yang lengkap, dari standar Barbershop yang lainnya, hal itu bisa membuat pelanggan mempertimbangkan menggunakan jasa potongan rambut Starsbox Barbershop Padang, berikut data pengunjung Starsbox Barbershop Padang dari 5 bulan terakhir.

Tabel 1.2 Jumlah pengunjung Starsbox Barbershop Padang 2021

Jumlah pengunjung Starsbox Barbershop Padang 2021

Bulan	Jumlah pengunjung (orang)	Persentase (%)
Juni	308	18,8%
Juli	324	19,8%
Agustus	317	19,4%
September	360	22,0%
Oktober	330	20,2 %

Jumlah	1.639	100%
---------------	--------------	-------------

Sumber : Starsbox Barbershop Padang, 2021

Bedasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa pengunjung starsbox Barbershop cabang Padang dari bulan Juni sampai dengan bulan Oktober yang telah ditentukan sebelumnya 100%, pada bulan juni jumlah pengunjung Starbox Barbershop cabang Padang sejumlah 308 orang dengan persentase 18,8%. Pada bulan Juli jumlah pengunjung Starsbox Barbershop cabang Padang sejumlah 324 orang dengan persentase 19,8%. Sedangkan pada bulan Agustus jumlah pengunjung Starsbox Barbershop cabang Padang sejumlah 317 orang dengan persentase 19,4%. Pada bulan September jumlah pengunjung Starsbox Barbershop cabang padang sejumlah 360 orang dengan persentase 22,0%. Dan pada bulan Oktober jumlah pengunjung Starsbox Barbershop cabang Padang Sejumlah 330 orang dengan persentase 20,2%. Dalam hal ini, menunjukkan bahwa mengalami kenaikan dan penurunan dari jumlah pengunjung, oleh sebab itu perlu diadakan penelitian lebih lanjut agar dapat mengetahui apakah yang sebenarnya menjadi harapan pelanggan agar mereka merasa terpuaskan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen pada Starsbox Barbershop cabang Padang dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, REPEAT BUYING DAN PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA POTONG RAMBUT STARSBOX BARBERSHOP CABANG PADANG.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah tersebut, maka pengelola Stars Barbershop Padang perlu meningkatkan keputusan konsumen untuk mencukur rambut di Stars Barbershop Padang. Sehingga dalam penelitian ini diperlukan beberapa pertanyaan untuk menjawab permasalahan pada Stars Barbershop Padang. Pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Banyaknya barbershop di padang berdampak pada semakin ketatnya persaingan.
2. Lokasi barbershop memiliki banyak pesaing.
3. Belum optimalnya *social media marketing* tentang starsbox.
4. Terdapat barbershop disekitar sana yang murah menyebabkan pelanggan tergiur dengan harga yang murah.
5. Terdapat beberapa pelanggan yang memiliki persepsi mahal terhadap harga jasa pangkas rambut Stars Barbershop.
6. Masyarakat masih ada belum paham tentang barbershop.
7. Keahlian barberman menentukan kepuasan konsumen
8. Terdapat hanya beberapa barberman, yang bisa menata rambut pelanggan sesuai dengan permintaan pelanggan, selainnya kurang
9. Ramainya antrian Stars Barbershop Padang, yang membuat pelanggan menunggu lama.
10. Terdapat pelanggan yang kurang puas terhadap hasil dari potongan rambut di Stars Barbershop.

11. Kepuasan konsumen merupakan faktor utama konsumen membeli ulang.

12. Pengaruh konsumen setelah potong rambut disana dapat menentukan seberapa banyak konsumen yang minat potong rambut disana.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan, repeat buying, promosi, keputusan pembelian dan penilaian konsumen terhadap kepuasan pelanggan Stars Barbershop Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Starsbox Barbershop di Padang?
2. Bagaimana pengaruh pembelian kembali konsumen terhadap kepuasan konsumen Starsbox Barbershop di Padang?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Starsbox Barbershop di Padang?
4. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan Starsbox Barbershop di Padang?
5. Bagaimana pengaruh penilaian konsumen terhadap kepuasan konsumen Starsbox Barbershop di Padang?

6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, pembelian kembali, promosi, keputusan pembelian, dan penilaian konsumen secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Starsbox Barbershop di Padang?

1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Starsbox Barbershop di Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh pembelian kembali terhadap kepuasan konsumen Starsbox Barbershop di Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Starsbox Barbershop di Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen Starsbox Barbershop di Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh penilaian konsumen terhadap kepuasan konsumen Starsbox Barbershop di Padang.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, pembelian kembali, promosi, keputusan pembelian, dan penilaian konsumen terhadap kepuasan konsumen Starsbox Barbershop Padang.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Starsbox Barbershop Padang

Sebagai memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, repeat buying, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Starsbox Barbershop di Padang, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan Starsbox Barbershop untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi, wawasan serta pemikiran bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan, menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kualitas pelayanan, repeat buying, promosi, dan kepuasan pelanggan.

4. Bagi Penulis

Sebagai implementasi ilmu Manajemen Pemasaran yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.