

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jasa merupakan bidang industri yang memiliki ciri khas untuk membedakannya dengan bidang industri manufaktur. Sifat keunikan yang nyata dari jasa adalah tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Dalam proses transaksi jasa tidak terjadi perpindahan kepemilikan, namun ada pada penambahan nilai. Penambahan nilai dalam industri jasa adalah masalah utama karena proses transaksi dikatakan berhasil ketika semua pihak yang terlibat proses tersebut mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan usahanya. Inti pertukaran yaitu mengusahakan sesuatu untuk menciptakan yang lain, diharapkan apa yang diciptakan melebihi yang diusahakan.

Sifat jasa yang *inseparability* dimana produksi dan konsumsi dilakukan secara bersamaan membuat interaksi yang terjadi antara karyawan dengan konsumen selama proses transfer jasa menjadi sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen pada kualitas jasa dan ini membuat karyawan berperan penting dalam proses jasa bahkan karyawan sering dipersepsi sebagai jasa itu sendiri (Djati & Ferrinadewi, 2004).

Secara definisi, jasa adalah aktivitas yang memiliki elemen tidak berbentuk yang melibatkan interaksi dengan pelanggan atau dengan sesuatu yang dimiliki pelanggan, namun tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan (Djati & Ferrinadewi, 2004). Proses pertukaran yang terjadi berbeda dengan bidang

manufaktur meskipun terdapat kesepakatan diantara kedua pihak yang terlibat dalam proses tersebut untuk menyerahkan kepada konsumen demi mendapatkan sesuatu dari produsen namun ciri khas disini adalah tidak terjadi perpindahan kepemilikan. Oleh karena itu tanpa adanya perpindahan kepemilikan maka yang menjadi pusat perhatian ini yaitu pada kualitas interaksi antara karyawan dan pelanggan terjadi.

Menurut Tjiptono dalam (Zaini, 2022) Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Menurut penelitian (Azzahra et al., 2025) menemukan bahwa hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Erlin *Beuty Gallery*.

Semakin meningkatnya gaya hidup masyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Sukoharjo dan Surakarta, maka kebutuhan masyarakat terhadap jasa meningkat. Salah satu usaha jasa di bidang jasa yaitu salon yang sekarang banyak diminati oleh masyarakat khususnya kaum perempuan. Atlantic Salon merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang pelayanan jasa yang beralamat di Mantung, Rt 03. Rw 14, Sanggrahan, Sukoharjo.

Atlantic salon pertama kali buka di Baron cilik, laweyan, surakarta sejak tahun 1993. Didirikan oleh Ibu Sarwanti Sri Dharmani, pada saat itu belum begitu banyak salon yang lain sehingga belum ada pesaing bisnis yang lain. Dan pelanggan sangat ramai sampai salon atlantic digunakan untuk kegiatan

PKL dari Departemen Sosial khususnya di bidang beauty salon. Namun pada tahun 1998 salon atlantic pindah dari Baron cilik ke Baron gede, masuk ke gang tapi itu tetap pinggiran jalan utama. Dan disana pun tetap ramai pada saat itu. Namun pada tahun 2015-Sekarang, Atlantic buka lokasinya terletak di Mantung, sanggrahan, grogol, sukoharjo. Layanan yang ditawarkan tentu beragam, yaitu potong rambut; creambath; rebounding; semir rambut; dll.

Atlantic salon juga tidak dapat menghindari pesaing dalam menjaga minat konsumen untuk tetap menggunakan layanan jasa maka pihak Atlantic Salon harus mampu memberikan kepuasan bagi konsumen agar mampu bersaing dan bisa berkembang lebih unggul dari usaha bisnis jasa lainnya yang berada di Sanggrahan, Sukoharjo. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dan apa yang diharapkan. Tentu menilai kepuasan konsumen serta meningkatkan ekspektasi konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan yang setia.

Dengan menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan

kepuasan pelanggan di Roti Sajiyem, saya berharap dapat memberikan

wawasan yang relevan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis

ini.

Kualitas layanan adalah suatu kewajiban bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan para pelanggan. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat untuk menciptakan hubungan antara perusahaan dan

pelanggan menjadi harmonis, sehingga setiap pelanggan selalu merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang sudah diberikan oleh perusahaan. Menurut Indrasari dalam (Simbolon, 2023) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Hutasoit dalam (Maurisa et al., 2025) terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan : Akses, Komunikasi, Kompetensi, Rasa hormat, Kredibilitas, Keandalan, Daya tanggap, Keamanan, Bukti fisik, dan Memahami konsumen.

Menurut penelitian (Jatra & Utami, 2015) yang berjudul Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur menemukan bahwa hasil analisis data menunjukkan secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur.

Menurut penelitian (Fatimah, 2022) yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Teknik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelayanan Pengaduan Gangguan Pada PT. PLN (Persero) ULP Kartasura) menemukan bahwa variabel *reliability* (X_5), *emphaty* (X_4), *responsiveness* (X_1) dan *tangible* (X_3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel *assurance* (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Kartasura.

Gronroos dalam (Sigit & Soliha, 2016) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan. Dengan kata lain terdapat dua faktor utama yang memengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima). Sementara itu kualitas total suatu jasa terdiri dari 3 komponen utama, yaitu : *technical quality* (terdiri dari : *search quality*, *experience quality*, *credence quality*), *functional quality*, dan *corporate image*.

Tangibles (bukti fisik atau berwujud) menurut Albarq dalam (Rahmawati et al., 2025) meliputi tampilan fisik pelayanan, seperti fasilitas fisik, alat, atau perlengkapan dan juga penampilan pekerja. Dalam konteks layanan, "*tangibles*" mengacu pada aspek fisik dari suatu layanan yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan. Ini mencakup fasilitas fisik, peralatan, perlengkapan, dan penampilan karyawan yang terlibat dalam memberikan layanan. Secara sederhana, *tangibles* adalah bukti nyata atau fisik dari kualitas layanan yang diberikan.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Kaengke et al., 2022) *reliability* (keandalan) berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara andal dan akurat. Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam (Mustofa, 2023) keandalan/reliabilitas adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Definisi keandalan yang umum digunakan meliputi probabilitas bahwa suatu peralatan

atau pelayanan akan menjalankan fungsi yang dimaksudkan dalam kondisi yang ditentukan untuk pengoperasian selama periode waktu tertentu.

Menurut penelitian (Veronica, 2017) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada salon dewi di kota jambi) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*), tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Rahmawati et al., 2025) Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Dalam konteks pelayanan, daya tanggap adalah kemampuan untuk memberikan bantuan dan layanan dengan cepat dan tepat, serta menyampaikan informasi yang jelas kepada pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono dalam (Surahman & Erna, 2019) menyatakan jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, dimana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan. Jaminan bisa meliputi kualitas produk, reparasi, ganti rugi (uang kembali atau produk ditukar). Dalam konteks layanan, jaminan secara umum mengacu pada janji atau kepastian yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan

bahwa layanan yang diberikan akan memenuhi standar tertentu, atau bahwa masalah yang mungkin timbul akan ditangani dengan cara tertentu. Jaminan ini bertujuan untuk memberikan kepercayaan dan rasa aman kepada pelanggan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Menurut Tjiptono dalam (Rahmawati et al., 2025) empati yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Hal ini bukan hanya sekadar bersimpati, tetapi menempatkan diri pada posisi pelanggan untuk memahami masalah dari sudut pandang mereka.

Selaras dengan penelitian (Pratama, 2025) yang berjudul kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko roti Sajiyem yang menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, jaminan, empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko roti Sajiyem.

Menurut penelitian (Safira et al., 2025) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM slan pizza depok yang menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sebesar 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t hitung 18,080 lebih besar dari t tabel 2,012.

Beberapa penelitian mungkin telah menguji hubungan antara kepuasan pelanggan, tetapi memungkinkan belum melakukan penyelidikan bagaimana

faktor kualitas layanan (misalnya bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati) secara spesifik memengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks salon.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Atlantic Salon. Hasilnya diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola salon untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Atlantic salon, saya berharap dapat memberikan wawasan yang relevan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis ini.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka peneliti mengambil judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Salon (Studi kasus di Atlantic Salon)”.

Adapun rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian dari penelitian ini sebagai berikut :

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah suatu masalah yang dirumuskan untuk menangani dan memecahkan suatu masalah dalam penelitian yang akan diteliti. Adapun beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Bukti Fisik (*Tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Atlantic salon?

2. Apakah Reliabilitas (*Reliability*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Atlantic Salon?
3. Apakah Daya tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Atlantic salon?
4. Apakah Jaminan (*Assurance*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Atlantic salon?
5. Apakah Empati (*Emphaty*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Atlantic salon?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian adalah beberapa kalimat yang menunjukkan adanya hasil atau sesuatu yang akan diperoleh , dicapai atau ditangani dari suatu penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*) terhadap Kepuasan Pelanggan di Atlantic salon.
2. Menganalisis pengaruh Reliabilitas (*Reliability*) terhadap Kepuasan Pelanggan di Atlantic salon.
3. Menganalisis pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap Kepuasan Pelanggan di Atlantic salon.
4. Menganalisis pengaruh Jaminan (*Assurance*) terhadap Kepuasan Pelanggan di Atlantic salon.
5. Menganalisis penngaruh Empati (*Emphaty*) terhadap Kepuasan Pelanggan di Atlantic salon.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian untuk menyelidiki suatu keadaan khusus yang akan diteliti.

Terdapat 2 manfaat dalam penelitian ini yaitu manfaat praktis dan manfaat bagi akademisi. Adapun masing-masing dari 2 manfaat tersebut yaitu :

1. Manfaat Praktis

Berikut beberapa manfaat praktis dalam penelitian ini :

- a. Membantu Atlantic Salon meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
- b. Memberikan rekomendasi strategi untuk meningkatkan Kualitas Layanan.
- c. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan reputasi salon.
- d. Membantu pengambil keputusan dalam mengembangkan strategi bisnis.

2. Bagi Akademisi

Berikut beberapa manfaat bagi akademisi dalam penelitian ini :

- a. Menyediakan referensi untuk penelitian lanjutan.
- b. Mengembangkan metodologi penelitian dalam bidang manajemen operasional.
- c. Memberikan kontribusi pada pengembangan kurikulum pendidikan bisnis dan manajemen, dan pemasaran.