

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Dewasa ini persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan baik yang bergerak di bidang industri manufaktur maupun di bidang jasa, berlomba untuk menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Secara umum semua perusahaan baik yang bergerak di bidang manufaktur maupun di bidang jasa mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk dapat menghasilkan laba dan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Hal itu dapat dicapai bila perusahaan dapat memasarkan produk atau jasanya dengan baik. Adapun pemasaran adalah sebagai proses sosial dan manajerial yang membuat perusahaan dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai bagi orang lain (Kotler 1997:6). Oleh karena itu peranan pemasaran sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang dan hendaknya perusahaan harus selalu menyesuaikan hasil produksi atau jasanya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pemahaman mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen adalah sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan agar dapat mencapai keberhasilan dalam memasarkan produk atau jasa mereka, karena kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan diarahkan untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hal ini juga terjadi pada usaha jasa yang bergerak di bidang salon kecantikan. Usaha jasa salon kecantikan akhir-akhir ini berkembang dengan pesat baik kualitas maupun kuantitasnya. Hal ini dapat kita lihat bahwa di hampir di setiap tempat baik di jalan-jalan besar maupun di wilayah perkampungan dapat kita temukan tempat-tempat yang menyediakan jasa salon kecantikan. Dengan banyaknya usaha jasa di bidang salon kecantikan yang bermunculan, menimbulkan persaingan yang semakin tajam antara salon kecantikan yang satu dengan yang lain, baik pada salon kecantikan yang telah lama berdiri maupun yang baru bermunculan. Dengan adanya persaingan maka masing-masing salon kecantikan berusaha untuk mendapatkan atau menarik konsumen sebanyak-banyaknya dan juga berusaha untuk dapat mempertahankan konsumennya agar tetap setia menggunakan jasanya.

Hal lain yang harus diperhatikan agar suatu perusahaan dapat berhasil dalam persaingan adalah mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada perilaku konsumen. Adapun pengertian perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului tindakan-tindakan tersebut (Engel, JF, 1990 dalam Fandi Tjptono, 1997 : 19). Dengan memahami perilaku konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa pihak perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu pihak perusahaan juga dapat mengetahui peluang pasar yang mungkin dapat diraih oleh perusahaan tersebut. Perilaku konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu jasa salon kecantikan perlu dipahami oleh pemilik salon, karena perilaku tiap

konsumen berbeda dalam memilih suatu jasa salon kecantikan. Hal itu menyebabkan tidak semua orang bersedia menggunakan jasa suatu salon kecantikan tertentu. Karena setiap orang yang mempunyai alasan serta kriteria yang berbeda dalam memilih tempat salon kecantikan. Oleh karena itu pemilik salon perlu memahami perilaku konsumen agar dapat mengetahui kepuasan atau ketidakpuasan konsumen yang menggunakan jasa salon kecantikan miliknya.

Dengan melihat perilaku konsumen, dapat diketahui apa yang dibutuhkan apa yang menjadi keinginan konsumen. Dengan demikian jasa yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen. Banyak cara yang dapat dilakukan agar konsumen tertarik dan timbul minatnya untuk mencoba jasa yang ditawarkan. Salah satu jenis usaha jasa yang ada di masyarakat kita adalah usaha salon. Cara yang dilakukan salon untuk menarik konsumen berupa fasilitas yang lengkap, kemudahan-kemudahan pelayanan, harga yang relatif murah, pelayanan yang memuaskan dan cara-cara lain yang dapat membangkitkan minat konsumen untuk datang ke salon tersebut.

Agar dapat diterima, usaha yang dilakukan pemasaran harus disesuaikan dengan sikap dan perilaku konsumen. Konsep pemasaran menurut Philip Kotler adalah sebagai berikut :

Konsep pemasaran adalah orientasi manajemen yang menekankan bahwa tugas kunci organisasi adalah menetapkan kebutuhan dan keinginan konsumen dan menyesuaikan organisasi, dengan tujuan memberikan kepuasan yang diinginkan target pasar dengan lebih efektif dan efisien daripada yang diberikan pesaing (Philip Kotler, 1983 : 44)

Penelitian terhadap salon "Monica" ini dipengaruhi oleh banyak faktor, di antaranya yaitu fasilitas, harga, pelayanan dan lokasi. Konsumen yang bersedia menggunakan jasa salon "Monica" mempunyai pandangan yang berbeda atau alasan

dan kriteria tertentu dalam memilih tempat salon sehingga konsumen tidak bisa ditarik atau dipaksa untuk menggunakan salon tertentu.

Untuk mengetahui dan memahami kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa salon diperlukan suatu penelitian tentang perilaku konsumen.

Ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu intern dan ekstern. Faktor intern meliputi motivasi, pengalaman, belajar, kepribadian, konsep diri, dan sikap. Faktor ekstern meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi dan keluarga (Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 1997 : 55-93).

Mempelajari atau menganalisa suatu perilaku konsumen adalah sesuatu yang sangat komplek, terutama dikarenakan banyaknya variabel yang mempengaruhi. Berdasarkan pada hal-hal di atas, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian tentang "PENGARUH HARGA, FASILITAS, LOKASI DAN PELAYANAN USAHA JASA SALON 'MONICA' TERHADAP PERILAKU PEMILIHAN KONSUMEN".

## **1.2. Perumusan Masalah**

Untuk lebih memudahkan dalam pembahasan masalah sehingga lebih terarah dan mengenai sasaran, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh harga terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".

2. Seberapa besar pengaruh fasilitas terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".
3. Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".
4. Seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".
5. Seberapa besar pengaruh harga, fasilitas, lokasi dan pelayanan terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".

### 1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka penulis memandang perlu adanya suatu pembatasan masalah, dengan maksud agar pembahasan akan menjadi lebih jelas dan terarah.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Konsumen yang dijadikan responden adalah konsumen yang menggunakan jasa Salon "MONICA".
2. Yang diteliti adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam memilih menggunakan jasa Salon "MONICA", yaitu harga, fasilitas, lokasi dan pelayanan.

## **3.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, fasilitas, lokasi dan pelayanan terhadap frekuensi penggunaan jasa salon "MONICA".

## **3.5. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian dalam skripsi ini adalah :

### **3.5.1. Bagi Peneliti**

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, khususnya tentang harga, fasilitas, lokasi dan pelayanan oleh Salon "MONICA".

### **3.5.2. Bagi Pihak Lain**

Dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya, terutama yang berhubungan dengan Salon "MONICA".