

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi dan perekonomian membuat setiap individu dituntut untuk lebih maju dan dapat melakukan sebuah perubahan. Hal tersebut dapat menjadi peluang bisnis bagi setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa tentunya lebih dituntut untuk melakukan inovasi-inovasi agar dapat menarik minat konsumen. Bisnis jasa yang banyak dipilih oleh para pelaku usaha saat ini salah satunya yaitu salon kecantikan. Pada mulanya salon hanya menawarkan jasa perawatan rambut saja, namun sekarang sudah banyak salon kecantikan yang mengembangkan usahanya dengan menawarkan berbagai macam perawatan, seperti perawatan wajah, tubuh, kulit dan lain-lain.

Dewasa ini kebutuhan wanita dalam hal fasilitas kecantikan semakin tinggi, karena mereka mulai menyadari perlunya menjaga dan merawat tubuh agar terlihat sehat dan tentunya cantik. Fenomena tersebut mendukung munculnya salon-salon kecantikan yang menawarkan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan. Banyak munculnya salon-salon kecantikan membuat masyarakat semakin selektif dalam memilih salon kecantikan yang berkualitas bagi mereka. Sebagian besar dari masyarakat biasanya dalam memilih salon kecantikan dengan mempertimbangkan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan

oleh salon tersebut. Dengan adanya harga maka masyarakat dapat menyesuaikan pendapatan yang mereka miliki ketika memilih salon kecantikan, dan mereka juga akan mendapatkan pelayanan sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan oleh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk/jasa. Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa, harga yaitu sejumlah mata uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh barang atau jasa tertentu.¹ Kebijakan penetapan harga harus selaras dengan kebijakan penetapan harga pada perusahaan. Persepsi sebuah harga bisa berbeda-beda tergantung siapa yang melihatnya. Dalam dunia usaha jasa khususnya salon harga bisa bervariasi, harga bisa dikatakan mahal bila dirasa layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, namun harga bisa dikatakan murah bila dirasa layanan yang diberikan dan hasil yang diterima konsumen memuaskan atau sesuai harapan mereka. Oleh karena itu sebuah harga dapat mempengaruhi dan juga tidak mempengaruhi minat beli konsumen.

Selain harga, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam memilih salon kecantikan. Kualitas pelayanan merupakan suatu proses pelayanan yang terbaik serta berkualitas secara konsisten dan mampu untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen. Apabila kualitas

¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 73.

pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan konsumen, maka yang terjadi konsumen akan merasa kecewa dan tidak tertarik lagi, dan sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka besar kemungkinan konsumen akan senang dan merasa puas, sehingga konsumen akan kembali menggunakan jasa tersebut.

Menurut Kotler & Amstrong, keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan dimana pembeli aktual konsumen.² Ketika melakukan keputusan pembelian kebanyakan dari konsumen biasanya menginginkan produk atau jasa yang terbaik namun dengan harga yang murah. Begitu juga dalam memilih salon kecantikan, konsumen menginginkan pelayanan yang berkualitas namun dengan harga yang murah. Tidak jarang juga konsumen yang tidak menghiraukan dari segi harga, mereka memilih salon kecantikan yang dapat dipercaya, karena memilih salon kecantikan yang sudah dipercaya akan menimbulkan kepuasan tersendiri pada konsumen dan mereka merasa kebutuhannya terpenuhi dengan baik.

Kabupaten Kediri merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Timur dengan luas 1.542 km². Mengingat kondisi dan kebutuhan masyarakat terkait keberadaan salon kecantikan di Kabupaten Kediri telah menjamur berbagai salon kecantikan yang menawarkan macam - macam produk perawatan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini secara khusus

² Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), 34.

dapat dilihat dalam skala yang lebih kecil khususnya di Desa Kedungsari di mana terdapat beberapa salon kecantikan diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Nama Salon Kecantikan di Desa Kedungsari
Tahun 2021

No	Nama Salon	Tahun Berdiri
1	Enita Salon	1998
2	Novi Salon	2005
3	Olga Salon	2007
4	Anis <i>Beauty</i> Salon	2013
5	Maestro Salon	2015
6	Fika Salon	2020

Sumber : Hasil Observasi

Guna memenuhi kebutuhan perawatan kecantikan, banyak sekali pelaku usaha salon yang menawarkan jasa perawatan kecantikan yang tentunya memiliki harga dan strategi pemasaran yang berbeda-beda. Dengan begitu dapat menjadi ciri khas serta keunggulan tersendiri bagi suatu salon maupun klinik kecantikan. Oleh karena itu, diantara keenam salon kecantikan yang telah disebutkan pada tabel 1.1, pada penelitian ini peneliti mengambil data dengan menggunakan perbandingan tiga salon yang dipilih berdasarkan selisih tahun berdirinya yang tidak jauh berbeda, diantaranya yaitu Olga Salon, Anis *Beauty* Salon, dan Maestro Salon.

Berdasarkan hasil dari observasi yang dilakukan oleh peneliti yang ditinjau dari segi pemasarannya dengan menerapkan teori bauran pemasaran 7P menurut Kotler & Armstrong, yang meliputi: faktor produk, faktor harga, faktor promosi, faktor lokasi, faktor orang/SDM, faktor

proses/pelayanan, dan faktor bukti fisik. Sehingga diperoleh data perbandingan 3 jasa salon kecantikan sebagai berikut :

Tabel 1.2
Perbandingan Jasa Salon Kecantikan Olga Salon, Anis Beauty Salon, dan Maestro Salon Di Kedungsari

Keterangan	Olga Salon	Anis Beauty Salon	Maestro Salon
Produk	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Hair cut</i> - <i>Toning</i> - <i>Smoothing</i> - <i>Creambath</i> - Warna rambut - Cuci Rambut - <i>Rebonding</i> - <i>Hair mask</i> - <i>Catok curly</i> - <i>Catok blow</i> - <i>Kriting</i> - <i>Facial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Hair cut</i> - <i>Toning</i> - <i>Smoothing</i> - <i>Creambath</i> - Warna rambut - Cuci rambut - <i>Rebonding</i> - <i>Hair mask</i> - <i>Catok curly</i> - <i>Catok blow</i> - Rias minimalis - <i>Facial</i> - <i>Highlight</i> - <i>Kriting</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Hair cut</i> - <i>Toning</i> - <i>Smoothing</i> - <i>Creambath</i> - Warna rambut - Cuci rambut - <i>Rebonding</i> - <i>Cuci curly</i> - <i>Cuci blow</i> - Rias pengantin - <i>Bleaching</i> - <i>Kriting</i>
Harga :	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Hair cut</i> Rp 10.000 - <i>Creambath</i> Rp 50.000 - <i>Smoothing</i> Rp 150.000 – Rp 550.000 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Hair cut</i> Rp 5.000 - <i>Creambath</i> Rp 40.000 - <i>Smoothing</i> Rp 100.000 - Rp 450.000 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Hair cut</i> Rp 10.000 - <i>Creambath</i> Rp 50.000 - <i>Smoothing</i> Rp 150.000 – Rp 500.000
Promosi	Mulut ke mulut, <i>WhatsApp</i> , dan <i>Facebook</i>	Mulut ke mulut, <i>WhatsApp</i> , <i>Instagram</i> , dan <i>Facebook</i>	Mulut ke mulut, <i>WhatsApp</i> , dan <i>Facebook</i>
Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Raya Kediri – Nganjuk Desa Kedungsari Kec. Tarokan - Lokasi strategis dan mudah dijangkau 	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Manis Renggo Ds. Kedungsari Dsn. Kedungsari Kec. Tarokan - Lokasi strategis dan mudah dijangkau 	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Manis Renggo Ds. Kedungsari Dsn. Kedungsari Kec. Tarokan - Lokasi strategis dan mudah dijangkau
Proses	<ul style="list-style-type: none"> - Jam operasional pukul 08.30 – 17.00 - Pelayanan dengan mematuhi prokes - Pelayanan lambat 	<ul style="list-style-type: none"> - Jam operasional pukul 08.00 – 20.00 - Pelayanan dengan mematuhi prokes - Pelayanan cepat. - Terdapat sistem booking hari. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jam operasional pukul 08.00 – 20.00 - Pelayanan dengan mematuhi prokes - Pelayanan cepat.

SDM	1 orang (pemilik)	2 orang (pemilik & karyawan)	1 orang (pemilik)
Bukti Fisik	<ul style="list-style-type: none"> - Parkir cukup luas - Ruangan nyaman dan cukup - Tersedia toilet - Tersedia kipas angin - Sound musik 	<ul style="list-style-type: none"> - Parkir cukup - Ruangan nyaman dan cukup - Tersedia toilet - Tersedia kipas angin - Sound musik - Free Wifi - Tersedia TV 	<ul style="list-style-type: none"> - Parkir cukup - Ruangan nyaman dan luas - Tersedia toilet - Tersedia AC - Sound musik - Free Wifi
Jumlah Pengunjung Perminggu	15	30	20

Sumber: Data Hasil Observasi

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa jasa salon kecantikan *Anis Beauty Salon* memiliki beberapa kelebihan dibanding dengan *Olga Salon* dan *Maestro Salon*. Pada *Anis Beauty Salon* memiliki produk yang lebih banyak sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu, di *Anis Beauty Salon* harga yang ditawarkan relatif lebih murah dengan *range* Rp 5.000,- hingga Rp 50.000,- dibanding dengan dua salon pembanding, serta proses pelayanannya lebih cepat karena dibantu oleh karyawan. Sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap jumlah pengunjung yang lebih banyak dibanding dengan para pesaing, dibuktikan dengan data tabel 1.2 yang menunjukkan jumlah pengunjung perminggu *Anis Beauty Salon* sebanyak 30 pengunjung.

Anis Beauty Salon merupakan salon kecantikan yang khusus melayani konsumen wanita yang didirikan oleh ibu Anis Ni'matur Rohmah yang terletak di Jalan Manis Renggo Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri sejak tahun 2013 dan buka setiap

hari, mulai jam 08.00 WIB - 20.00 WIB. Sejak awal tahun berdirinya salon kecantikan *Anis Beauty Salon*, hingga sekarang ini telah mengalami banyak kemajuan dalam berbagai hal mulai dari harga, pelayanan dan strategi pemasaran.

Setiap salon kecantikan tentunya memiliki strategi pemasaran yang berdeda-beda untuk menarik minat para konsumen. Begitu juga dengan *Anis Beauty Salon* yang menerapkan strategi dengan menawarkan harga yang murah kepada konsumen namun tetap memberikan produk yang berkualitas tentunya, hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume pengunjung, sehingga semakin banyak pengunjung maka akan semakin banyak pula laba yang akan diperoleh perusahaan. Selain itu, *Anis Beauty Salon* juga mengadakan program Jum'at Berkah, dimana ketika hari Jumat diadakan *free* untuk jasa potong rambut.

Anis Beauty Salon memiliki beberapa produk unggulan yang banyak diminati oleh para konsumen diantaranya yaitu:

Tabel 1.3
Produk yang Paling Banyak Diminati oleh Konsumen
***Anis Beauty Salon* Desa Kedungsari**
Tahun 2021

No	Produk	Jumlah Konsumen
1	<i>Hair cut</i>	5
2	Cuci rambut	4
3	<i>Smoothing</i>	9
4	<i>Creambath</i>	13
5	<i>Hair mask</i>	4
	Total	35

Sumber: Hasil Observasi

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa produk yang paling banyak diminati oleh konsumen Anis *Beauty Salon* yaitu *creambath*. Hal tersebut dibuktikan pada produk *creambath* memperoleh poin tertinggi yaitu sebanyak 13 responden. Oleh karena itu, peneliti memutuskan memilih produk *creambath* untuk dijadikan sebagai fokus penelitian.

Dalam menentukan keputusan pembelian jasa tentunya masing - masing konsumen memiliki suatu alasan tertentu. Faktor alasan tersebut diantaranya berdasarkan teori bauran pemasaran 7P. Maka dari itu peneliti melakukan survei terkait alasan konsumen dalam memilih jasa *creambath* di Anis *Beauty Salon*, sehingga diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 1.4
Alasan Konsumen dalam Memilih Jasa *Creambath*
Di Anis *Beauty Salon* Desa Kedungsari
Tahun 2021

No	Faktor	Jumlah Konsumen
1	Produk	4
2	Harga	14
3	Promosi	3
4	Lokasi	5
5	Sdm	0
6	Proses Pelayanan	9
7	Bukti Fisik	0
	Jumlah	35

Sumber: Data hasil Observasi

Berdasarkan tabel 1.4 di atas dapat diketahui bahwa alasan konsumen dalam pengambilan keputusan penggunaan jasa *creambath* di Anis *Beauty Salon* yaitu berbeda-beda. Dari hasil observasi peneliti tersebut menunjukkan faktor yang banyak dipilih oleh konsumen yaitu faktor harga dan proses/pelayanan yang dibuktikan dengan hasil survei

penyebaran angket yaitu faktor harga sebanyak 14 responden, dan faktor proses/pelayanan sebanyak 9 responden.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “***Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Creambath (Studi Pada Anis Beauty Salon Desa Kedungsari Kec. Tarokan Kab. Kediri)***”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana harga jasa *creambath* di Anis Beauty Salon ?
2. Bagaimana pelayanan jasa *creambath* di Anis Beauty Salon ?
3. Bagaimana keputusan pembelian jasa *creambath* di Anis Beauty Salon?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jasa *creambath* di Anis Beauty Salon ?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa *creambath* di Anis Beauty Salon ?
6. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa *creambath* di Anis Beauty Salon ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga jasa *creambath* di Anis Beauty Salon.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa *creambath* di Anis Beauty Salon.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian jasa *creambath* di Anis Beauty Salon.

4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jasa *creambath* di *Anis Beauty Salon*.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa *creambath* di *Anis Beauty Salon*.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa *creambath* di *Anis Beauty Salon*.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dalam penelitian ini semoga mempunyai beberapa manfaat yang dapat dirasakan oleh :

1. Bagi usaha salon kecantikan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai saran dan sebagai bahan acuan untuk perusahaan dalam meningkatkan strategi-strategi untuk memajukan bisnisnya.

2. Bagi IAIN Kediri

Memberikan informasi terkait hal pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian suatu jasa.

3. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan pada penulis terkait pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu permasalahan penelitian, sampai terbukti dengan adanya data-data

yang terkumpul.³ Adapun beberapa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_{01} = Tidak ada pengaruh harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) jasa *creambath* di Anis *Beauty* Salon.

H_{a1} = Ada pengaruh harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) jasa *creambath* di Anis *Beauty* Salon.

2. H_{02} = Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) jasa *creambath* di Anis *Beauty* Salon.

H_{a2} = Ada pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) jasa *creambath* di Anis *Beauty* Salon.

3. H_{03} = Tidak ada pengaruh harga (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) jasa *creambath* di Anis *Beauty* Salon.

H_{a3} = Ada pengaruh harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) jasa *creambath* di Anis *Beauty* Salon.

F. Telaah Pustaka

Berikut merupakan Telaah Pustaka yang digunakan penulis :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Elien Nira Permatasari dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan *Minimarket* (Studi Kasus pada Pelanggan *Minimarket* Alfamart Tayu Wetan, Tayu, Pati, Jawa Tengah).⁴

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 110.

⁴ Elien Nira Permatasari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Minimarket (Studi Kasus pada Pelanggan Minimarket*

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada pelanggan *minimarket* Alfamart Tayu Wetan, Tayu, Pati, Jawa Tengah. Persamaan dengan penelitian ini yaitu meneliti terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan menggunakan metode penelitian kuantitatif, namun yang membedakan pada penelitian ini adalah pada objek penelitian, yaitu pada pelanggan Anis *Beauty* Salon dan pada penelitian ini menggunakan dua variabel harga dan kualitas pelayanan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Novita Anggraini dengan judul Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada *Zahra Hijab Collection* Warujayeng.⁵

Dengan hasil Penelitian menunjukkan bahwa harga, lokasi, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaan dengan penelitian ini adalah meneliti terkait Pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan yang membedakan adalah objek penelitian, yaitu pada penelitian di Anis *Beauty* Salon dan menggunakan dua variabel harga dan kualitas pelayanan.

Alfamart Tayu Wetan, Tayu, Pati, Jawa Tengah), (Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

⁵ Novita Anggraini, *Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada Zahra Hijab Collection Warujayeng*, (Kediri, UN PGRI Kediri, 2018).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Lisawatul Muawanah dengan judul Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi (Studi Pada Koperasi SAE Pujon Kabupaten Malang).⁶

Dengan hasil penelitian menjelaskan bahwa secara persial menunjukkan bahwa secara simultan faktor harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan pada keputusan untuk menjadi anggota koperasi yaitu sejumlah 440,333, selebihnya faktor lain yang menjadi pengaruh ialah faktor produk dan promosi tapi tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu meneliti terkait Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap pengambilan Keputusan dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Akan tetapi, pada penelitian Lisawatul Muawanah menggunakan 2 variabel X yaitu harga dan lokasi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel X yaitu harga dan kualitas pelayanan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ummu Tyas Utami dengan judul Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Nasi Oplos Pak Aah.⁷

Dengan hasil penelitian menjelaskan bahwa harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

⁶ Lisawatul Muawanah, *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi (Studi Pada Koperasi SAE Pujon Kabupaten Malang)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2019).

⁷ Ummu Tyas Utami, *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Nasi Oplos Pak Aah*, (IAIN Purwokerto, 2018).

Persamaan dengan penelitian ini yaitu melakukan penelitian dengan menggunakan dua variabel dan menggunakan metode kuantitatif. Akan tetapi, pada penelitian Ummu Tyas Utami menggunakan variabel X yaitu harga dan lokasi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel X yaitu harga dan kualitas pelayanan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Armeliani dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep.⁸

Dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu harga dan kualitas pelayanan.

⁸ Armeliani, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep*. (Universitas Negeri Makassar, 2018).