

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN *SERVICESC*APEScape TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi pada Larissa *Aesthetic Center* Yogyakarta)

##### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dewasa ini penampilan fisik menjadi salah satu kebutuhan yang sangat memberikan nilai positif bagi individu bahkan penampilan yang menarik menjadi nilai tambah bagi mereka yang mencari pekerjaan, tidak jarang banyak perusahaan yang menjadikan penampilan fisik sebagai kriteria. Para wanita pasti ingin selalu terlihat cantik dan menarik, bahkan para wanita rela mengeluarkan biaya lebih demi menjaga penampilan mereka, tidak terkecuali kaum pria, seperti halnya wanita mereka pun ingin terlihat indah dan menawan. Padatnya aktivitas dan pekerjaan yang menyita tenaga, membuat masyarakat sekarang lebih memilih untuk mengunjungi tempat-tempat yang menawarkan jasa salon dan spa demi mendapatkan kebugaran tubuh setelah lelah dengan berbagai aktivitas. Jika dulu masyarakat masih mengandalkan jasa tukang urut tradisional namun dengan berkembangnya jaman seperti saat ini masyarakat mulai beralih pada jasa salon dan spa yang menawarkan kenyamanan dan kualitas layanan yang lebih baik.

Faktor-faktor inilah bisnis dibidang jasa salon kecantikan semakin meningkat, para pengusaha dapat melihat peluang yang terdapat dari faktor tersebut, seperti kebutuhan para wanita akan penampilan semakin besar, jumlah populasi yang terus meningkat, gaya hidup (*life style*) yang terus berkembang

dengan berjalannya waktu, yang memberikan peluang bisnis di bidang salon dan spa semakin memberikan prospek yang baik. Bisnis salon dan spa memang memiliki pangsa pasar tersendiri sesuai dengan tujuan masing-masing perusahaan, bisnis di bidang salon dan spa memang bukan bisnis yang membutuhkan modal kecil dengan untung yang besar, namun bisnis ini memerlukan perencanaan yang baik dan telah diperhitungkan sebelumnya oleh pihak perusahaan agar memberikan keuntungan bagi perusahaan. Beberapa tahun terakhir ini bisnis salon dan spa memang terlihat sangat menguntungkan dan memberikan profit yang cukup tinggi.

Yogyakarta adalah kota yang memiliki peluang besar untuk mengembangkan bisnis salon dan spa, karena banyaknya pelajar dari berbagai daerah yang menimba ilmu di kota Yogyakarta yang memberikan pangsa pasar yang bagus bagi perusahaan. Dengan bertambahnya populasi ini menjadikan para pengusaha melihat peluang yang sangat baik untuk menjalankan usaha bisnis di bidang salon dan spa. Dengan melihat semakin meningkatnya pertumbuhan bisnis ini dan semakin meningkatnya persaingan saat ini menyebabkan, para pengusaha salon dan spa saling bersaing untuk dapat merebut hati para pelanggannya. Perusahaan harus dapat merancang strategi yang tepat yakni dengan menciptakan kepuasan dari berbagai hal, seperti kualitas pelayanan, strategi lokasi dan *servicescape* yang baik bagi perusahaan.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti salon dan spa harus memberikan pelayanan yang baik bagi para pelanggan, sebab pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan. *Servicescape* yang baik akan mempengaruhi kenyamanan para pelanggan dengan menyesuaikan konsep bisnis salon dan spa tersebut, pengaruh *servicescape* akan berbeda-beda terhadap respon masing-masing individu oleh karena itu pemilihan dan perancangan *servicescape* untuk memberikan kepuasan para pelanggan memerlukan strategi yang baik. Pemilihan strategi lokasi yang

strategis dan mudah dijangkau adalah salah satu bagian dari cara menciptakan kepuasan para pelanggan, dengan lokasi yang berada di pusat kota ataupun tempat-tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen maka strategi lokasi akan mudah diterapkan.

Kepuasan konsumen adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan sebelum mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut (Kotler & Keller 2016). Kepuasan konsumen adalah tujuan semua perusahaan dan pelaku bisnis, karena jika konsumen merasa puas dengan produk ataupun jasa yang diberikan, maka konsumen akan percaya bahwa perusahaan yang menjual produk atau jasa tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan para konsumen.

Pelayanan merupakan segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan, memenuhi pesanan pelanggan dan menindaklanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan, Payne dalam Wijyaningratri (2015). Pelayanan merupakan salah satu faktor kunci sebuah kesuksesan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan yang prima akan memberikan kesan baik bagi para konsumen,

Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Lokasi sangat mempengaruhi bagaimana suatu konsumen merasa terbantu dengan hadirnya perusahaan yang berlokasi di tempat yang strategis, sehingga para konsumen mudah untuk melakukan interaksi langsung terhadap perusahaan. Para konsumen biasanya mencari lokasi yang mudah untuk dijangkau, lokasi yang mudah untuk ditemukan akan sangat membantu para konsumen mendapatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.

*Servicescape* adalah bukti fisik jasa meliputi semua aspek fasilitas fisik organisasi dan juga bentuk komunikasi fisik lainnya (Zeithaml & Bitner 2006 dalam Ferninda Manappo,

2013). *Servicescape* merupakan lingkungan yang diciptakan, buatan manusia, lingkungan fisik jasa dan bentuk komunikasi berwujud (*tangible*), (Yazid dalam dalam M. Masloman., B. Lumanauw., I. Trang 2014). *Servicescape* atau lingkungan fisik adalah faktor kunci dalam menciptakan kepuasan konsumen, *servicescape* merupakan kondisi lingkungan sekitar yang akan dirasakan oleh para konsumen, kondisi-kondisi yang akan dirasakan oleh konsumen antara lain kebersihan ruangan, temperatur, kualitas udara, aroma, musik, desain ruangan, penataan sofa, hingga simbol-simbol yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para konsumen. Kondisi- kondisi ini lah yang harus diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa khususnya yang bergerak dibidang salon.

Larissa *Aesthetic Center* Yogyakarta yang berlokasi di Jalan C.Simanjuntak, Jalan Magelang dan Galleria Mall adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang perawatan kulit dan rambut bagi pria dan wanita, *Larissa Aesthetic Center* ini buka pada pukul 08.00 WIB – 18.00 WIB, perusahaan yang didirikan pada tanggal 11 Juni 1984 oleh R. Ngt. Poedji Lirnowati ini berfokus pada perawatan kulit dan rambut yang menggunakan bahan-bahan alami sebagai salah satu keunggulan yang ditawarkan, terhitung sejak tahun 1998 Larissa *Aesthetic Center* telah resmi mendapatkan sertifikat merek dari departemen hukum dan perundang-undangan Indonesia, *Larissa Aesthetic Center* kini telah memiliki beberapa cabang di berbagai kota di Indonesia antara lain Solo, Semarang, Klaten, Ponorogo, Purwokerto, Tegal, Salatiga, Kediri, Purwokerto, Malang, Surabaya, Kudus, Madiun, Sragen, Mojokerto, Denpasar.

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang muncul dan bergerak di bidang yang sama, *Larissa Aesthetic Center* harus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan yang baik agar tetap menjadi perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif. Peningkatan jumlah konsumen yang sering terjadi jika menjelang akhir pekan, membuat *Larissa Aesthetic Center*

Yogyakarta kurang begitu memperhatikan pelayanan yang baik. Menurut beberapa pelanggan jika akhir pekan tiba pelayanan yang diberikan kurang baik mulai dari, pelayanan yang kurang cepat tanggap, tempat duduk yang kurang, hingga tempat parkir yang sesak. Pelanggan yang ingin melakukan perawatan merasa tidak nyaman dengan beberapa hal tersebut, karena bagi para pelanggan meningkat atau tidaknya jumlah pelanggan yang datang, pelayanan yang baik dalam kesigapan melayani harus tetap diterapkan, pengaturan *servicescape* yang baik, misal dengan menambah unit kursi yang tersedia, dan lokasi tempat parkir. Hal inilah yang perlu diperhatikan bagi pihak manajemen Larissa *Aesthetic Center* Yogyakarta agar konsumen tetap nyaman dan memberikan kepuasan bagi para pelanggan. Dengan beberapa faktor diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan, lokasi, dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen Larissa *Aesthetic Center* Yogyakarta. Penelitian ini merupakan replikasi dari Jurnal yang ditulis oleh Ferninda Manoppo (2013), yang berjudul Kualitas Pelayanan, dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Puri Manado, dan Jurnal yang ditulis oleh Chatrin Surya Wijayaningratri dkk, (2015) yang berjudul pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Walikukun. Variabel independen dan variable dependen yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan kedua jurnal tersebut dengan objek penelitian yang berbeda yaitu Larissa *Aesthetic Center* Yogyakarta. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Larissa *Aesthetic Center* Yogyakarta dinilai belum memberikan kinerja yang maksimal terhadap konsumen, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan, lokasi dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen. Maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Larissa *Aesthetic Center* Yogyakarta”.

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Larissa *aesthetic center* Yogyakarta?
2. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Larissa *aesthetic center* Yogyakarta?
3. Apakah ada pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen Larissa *aesthetic center* Yogyakarta?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Larissa *aesthetic center* Yogyakarta?
2. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Larissa *aesthetic center* Yogyakarta?.
3. Menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen Larissa *aesthetic center* Yogyakarta?

**D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Larissa *Aesthetic Center* Yogyakarta  
Sebagai gambaran dan informasi yang bisa menjadi dasar untuk memberikan kualitas pelayanan, lokasi dan *servicescape* yang lebih baik.
2. Bagi peneliti  
Dapat menjadi sumber pengetahuan dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.