**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Persaingan di bidang usaha jasa berkembang sangat pesat terutama dengan adanya kemajuan perkembangan dalam teknologi telekomunikasi dan informasi. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari kemajuan ini mendorong munculnya berbagai persaingan yang ketat sehingga menyebabkan konsumen semakin banyak pilihan dan sangat sulit menentukan pilihan. Semula konsumen mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan saja, akhirnya dari kebutuhan tersebut mengalami peningkatan menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan. Kondisi persaingan memaksa para pelaku bisnis untuk meningkatkan kualitasnya, maka prioritas utama bagi sebuah usaha yang ingin tetap hidup dan berkembang adalah kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian dari pelanggan terhadap tingkat kepuasan yang diperoleh dari jasa yang telah diberikan. Kepuasan pelanggan muncul karena harapan yang ada pada pelanggan terpenuhi dari kemampuan produk yang dikonsumsinya (Kurniasari dan Sugiyanto, 2020).

Kompetisi di bidang usaha jasa yang semakin ketat membuat perusahaan harus memiliki sebuah strategi pertahanan untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk dan jasa, misalnya: waktu penyerahan yang lebih cepat, pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, dan empati yang tinggi kepada pelanggan agar bisa ikut dalam persaingan. Ketika pelanggan mengevaluasi jasa, mereka akan membandingkan persepsi mereka tentang pelayanan yang mereka terima dengan harapan mereka (*Hisam et al, 2016*).

Kepuasan pelanggan merupakan elemen yang teramat penting, jika kepuasan pelanggan tercapai maka muncullah loyalitas dari pelanggan tersebut. Jika pelanggan mendapatkan kepuasan dari suatu produk maka pelanggan tersebut akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Sikap puas ataupun tidak puas dari seorang konsumen akan muncul setelah melakukan pembelian jasa di mana kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan akan dibandingkan dengan harapannya (Amin, 2017). Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan utnuk menghadapi persaingan (Wardani, 2017).

Kepuasan pelanggan tidak hanya terbatas pada kesesuaian suatu produk dengan standar tertentu, tetapi dilihat dari apakah suatu produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan atau harapan dari pelanggan. Dengan kata lain, kepuasan ditentukan oleh pelanggan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Lubis dan Andayani, 2017).

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus diberikan dan diupayakan oleh penyedia jasa dengan baik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen berasal dari suatu perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang diberikan oleh perusahaan (Krisdianti dan Sunarti, 2019). Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Kualitas pelayanan merupakan cara yang efektif untuk mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas berarti perusahaan harus memenuhi harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka (Wardani, 2017).

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan pelayanan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Panjaitan dan Yuliati, 2016). Konsumen akan menilai tingkat pelayanan yang diberikan dan akan membandingkan dengan apa yang menjadi harapannya. Jika harapan dan keinginan konsumen dikerjakan dengan baik oleh penyedia jasa maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dan menaikkan tingkat keuntungan bagi perusahaan. Terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan juga *emphaty* (kepedulian). *Tangible* (bukti fisik) merupakan suatu *service* yang dapat dilihat, dicium dan bisa diraba. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Lubis dan Andayani (2017), yang menyatakan bahwa *tangible* atau bukti fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk melaksanakan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dengan andal dan akurat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Kurniasari dan Sugiyanto (2020) yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan keinginan dari para karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Hal ini sesuai dengan penelitian Panjaitan dan Yuliati (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan. *Assurance* (jaminan) mencakup pengetahuan, kompetensi kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang harus dimiliki oleh para karyawan. Hal ini sesuai dengan penelitian Panjaitan dan Yuliati (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara jaminan terhadap kepuasan pelanggan. *Emphaty* (kepedulian) merupakan kepedulian yang mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen dengan cara mendengarkan kemudahan memberi perhatian kepada tiap-tiap konsumen Wardani (2017).

Banyaknya sektor jasa seperti jasa potong rambut, tukang pijat, pengetikan, cuci dan seterika, persewaan kendaraan sampai dengan perawatan kecantikan. Kegiatan merawat tubuh dan mempercantik diripun bergeser menjadi suatu gaya hidup bagi sebagian besar orang khususnya kaum wanita (Nofiyah, 2019). Tempat perawatan kecantikan sekarang ini tidak hanya untuk konsumen yang mempunyai masalah kulit dan rambut rusak saja, tetapi untuk meningkatkan penampilan agar lebih terlihat cantik dan menawan.

Layana Beautycare adalah tempat perawatan tubuh yang sangat nyaman dinikmati para wanita. Layana Beautycare selalu berupaya memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para pelanggan, hal tersebut dapat dilihat dari ruang tunggu hingga ke tempat pelayanan, semua dibuat dengan senyaman mungkin agar mampu memanjakan pelanggan. Layana Beautycare merupakan tempat perawatan yang diperuntukan khusus untuk wanita. Pelayanan yang berkualitas berperan sangat penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi sebuah perusahaan. Keuntungan menentukan keberhasilan suatu usaha. Keberhasilan tersebut ditentukan oleh ketepatan produk jasa yang dihasilkan dalam memberi kepuasan dari sasaran konsumen yang ditentukannya (Nofiyah, 2019).

Layana Beautycare masih menjadi pilihan terbaik bagi pelanggan untuk melakukan perawatan tubuh, karena semua aspek menjanjikan bahwa tempat perawatan tersebut layak untuk dijadikan tujuan bagi para pelanggan. Setelah melihat serta mempelajari semua yang ada di Layana Beautycare, maka tempat perawatan tubuh tersebut menjadi pilihan terbaik bagi pelanggan.

Berdasarkan dari uraian diatas maka Layana Beautycare layak untuk dilakukan penelitian, sehingga mendasari peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layana Beautycare Karanganyar”.

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Persaingan jasa perawatan kecantikan semakin ketat.
2. Kurangnya fasilitas pendukung yang diberikan oleh Layana Beautycare.
3. Kurang cepat dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan.
4. Kurangnya kemampuan karyawan dalam memahami produk jasa Layana Beautycare.
5. Karyawan kurang peduli terhadap keinginan pelanggan.
6. **Batasan Masalah**

Pembatasan masalah yang ditettapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang telah menjadi member minimal melakukan 3 kali pelayanan jasa bukan pembelian produk pada Layana Beautycare.
2. Atribut yang diteliti merupakan atribut yang dianggap dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen.
3. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah bukti fisik (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar?
2. Apakah keandalan *(reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar?
3. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar?
4. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar?
5. Apakah kepedulian (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar?
6. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar
2. Untuk mengetahui pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar
5. Untuk mengetahui pengaruh kepedulian (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan di Layana Beautycare Karanganyar
6. **Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Manfaat Praktis
2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan jasa perawatan kecantikan khususnya Layana Beautycare Karanganyar yang berkaitan dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan.

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen terkait kualitas pelayanan pada usaha jasa perawatan kecantikan.

2. Manfaat Teoritis

1. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan pengetahuan tentang kualitas pelayanan demi pemenuhan kepuasan pelanggan.
2. wawasan dan pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pedoman untuk penelitian lebih lanjut.