BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi merupakan suatu proses yang membuat masyarakat saling terhubung satu sama lain, di mana seluruh aspek kehidupan dapat dijangkau dengan mudah. Kemudahan yang dirasakan pada globalisasi ini ialah berbagai informasi dan berita terkait mengenai hal yang terjadi di seluruh penjuru dunia. Berkat kemajuan teknologi, komunikasi serta transportasi pula masyarakat dapat dengan mudah mengenal suatu tren, gaya hidup serta budaya masyarakat luar.

Globalisasi menyentuh seluruh aspek kehidupan manusia, salah satu aspek penting dari pengaruh globalisasi adalah perubahan gaya hidup. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Adapun gaya hidup modern merupakan sebuah pola hidup yang menyangkut cara bersikap dan berpikir berkaitan dengan aspek fisik, mental, dan spiritual, sesuai dengan tuntutan zaman modern yang mencerminkan semangat efektif, efisien, praktis, sederhana, menghargai kehidupan dan menghargai waktu. Salah satu yang menjadi ikon gaya hidup modern ialah penampilan atau fesyen (*fashion*).

Di era modern ini dunia *fashion* ini selalu mengalami perubahan dan perkembangan, karenanya perkembangan *fashion* selalu menjadi daya tarik banyak orang untuk mengikuti tren, khususnya kaum remaja. Secara etimologi, *fashion* merupakan nomina atau kata benda yang dapat dimaknai

sebagai ragam atau bentuk terbaru dari tata cara berpakaian, potongan rambut serta corak hiasan yang berlaku pada masa tertentu dan terus mengalami perubahan dalam kurung waktu yang relatif cepat.

Gaya hidup serta tren pada masa kini sangat berpengaruh pada lingkungan masyarakat. Begitu pula perkembangan dalam dunia bisnis semakin mengalami peningkatan dengan munculnya berbagai bisnis salah satunya yang bergerak dalam bidang jasa yaitu bisnis *nail art*. Bisnis *nail art* merupakan bisnis yang menawarkan jasa desain dan dekorasi kuku. Bisnis ini melibatkan tren masa kini dari berbagai warna dan desain untuk menghasilkan kuku yang indah dan unik.

Secara umum, *nail art* merupakan seni mendekorasi kuku dengan cara melukis atau mengecat kuku menggunakan bahan cat khusus kuku. Dalam seni ini, kuku dapat di hias dengan berbagai gambar, lukisan atau hiasan baik secara langsung pada kuku atau pada kuku palsu yang disesuaikan dengan ukuran kuku. *Nail art* merupakan bentuk seni yang berasal dari jepang. Seni menghias kuku ini juga sudah populer indonesia sejak tahun 80-an. Dalam *nail art*, kuku dianggap sebagai kanvas yang dapat di hiasi dengan berbagai macam bahan seperti cat kuku, stiker, *glitter*, hiasan berlian dan lukisan.

Adanya peningkatan dalam dunia bisnis khususnya di bidang jasa juga tidak lepas dengan persaingan yang ketat sehingga menuntut pengusaha dalam meningkatkan kinerja yang maksimal agar mampu bersaing dan bertahan dengan pasar. Dalam menghadapi persaingan bisnis suatu perusahaan harus mempunyai salah satu elemen penting yaitu pemasaran.

Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli-untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar tidak lagi merujuk pada suatu tempat melainkan sebuah aktivitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen.

Strategi pemasaran merupakan rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang kegiatannya dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam strategi pemasaran terdapat konsep *marketing mix* atau bauran pemasaran. Menurut Kotler & Armstrong (2016:51) bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan seperti harga, produk, distribusi dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Pertimbangan utama seorang pelanggan ketika ingin membeli sebuah produk atau jasa ialah harga. Secara umum, harga adalah nilai yang diberikan imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (2013) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Keterjangkauan harga merupakan salah satu keberhasilan perusahaan dalam kemampuan bersaing. Harga juga bergantung pada sebuah produk akan di jual kepada konsumen.

Menurut Kasmir (2015;175) harga merupakan salah satu faktor yang menjadi suatu pertimbangan oleh konsumen untuk datang membeli atau

menikmati suatu produk barang dan jasa. Harga merupakan salah satu faktor yang juga dapat mempengaruhi persaingan dalam dunia bisnis. Harga suatu produk atau jasa layanan di mata konsumen dapat membuat atau menghancurkan kesepakatan. Karena harga menjadi faktor utama dalam sebuah pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian.

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat di diperjualbelikan atau yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar yang tujuannya untuk memuaskan sebuah keinginan dan kebutuhan seorang pelanggan. Menurut Kotler (2005) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau di konsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Salah satu yang menjadi hal penting dalam fungsi produk ialah kualitas produk yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada umumnya, pelanggan selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, produk mahal adalah produk yang berkualitas. Menurut Kotler dan Keller (2017:121) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Selain kualitas produk yang menjadi hal penting bagi perusahaan ialah kualitas pelayanan. Layanan merupakan objek utama pada bidang jasa yang bertujuan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Adapun kualitas pelayanan merupakan suatu kewajiban bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Menurut Tjiptono (dalam

indrasari,. 2019) 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.

Suatu bisnis yang ingin mencapai kesuksesan dan kelancaran dalam menjalankan persaingan bisnis ialah mempertahankan dan menciptakan kepuasan bagi konsumen dengan cara memenuhi permintaan konsumen mereka, pengusaha harus mampu menyediakan barang dan jasa berkualitas tinggi. Secara umum, seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2019:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan adalah harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima). Sedangkan menurut Kotler & Keller (2013:194) kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja atau hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan.

Mengetahui keinginan pelanggan dan berusaha memuaskan keinginannya adalah inti dari kegiatan pemasaran. Menurut Indrasari (2019:83) memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan perusahaan. Dalam memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam bersaing. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung akan membeli dan menggunakan kembali.

Biasanya konsumen lebih memilih harga yang relatif rendah dengan kualitas produk yang diberikan, sehingga harga menjadi sumber kepuasan

yang penting bagi konsumen. Selain harga yang relatif rendah, kualitas pelayanan juga menjadi faktor dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2017:180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Adanya globalisasi, teknologi dan informasi yang berkembang pesat saat ini sosial media menjadi wadah informasi mengenai tren gaya hidup zaman sekarang. Salah satu yang menjadi tren pada bidang kecantikan yang sangat populer di kalangan para wanita ialah nail art. Bisnis ini menawarkan jasa desain dan dekorasi kuku dari berbagai jenis warna dari cat kuku sehingga menghasilkan desain kuku yang indah dan unik. Di Indonesia, bisnis *nail art* sudah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Para pengusaha yang sudah menjalankan usaha mereka seperti salon, juga turut serta menambahkan *nail art* sebagai salah satu *treatment* atau *service* yang sangat populer belakangan ini. Tidak sedikit dari wanita usia remaja hingga dewasa yang menggunakan jasa ini untuk mempercantik diri. Bisnis *nail art* sudah tersebar di beberapa daerah di Indonesia salah satunya di Kalimantan Selatan khususnya di kota Banjarmasin. Gaya hidup masyarakat di kota Banjarmasin juga mengikuti tren yang berkembang saat ini yaitu *nail art* yang cukup populer di kalangan masyarakat kota Banjarmasin khususnya para wanita remaja hingga dewasa. Sehingga bisnis berupa jasa *nail art* sangat diminati bahkan sangat diperlukan setiap saat tertentu. Tidak hanya di kota Banjarmasin kepopuleran *nail art* juga berkembang hingga ke kabupaten setempat, masyarakat yang membangun bisnis perorangan

tersebut mungkin tidak sebanyak di kota Banjarmasin. Salah satu bisnis *nail art* yang ada di Banjarmasin ialah *witchery nails*.

Witchery nails merupakan bisnis perorangan yang di bangun pada Mei 2022. Bisnis ini memberikan pelayanan jasa untuk pelanggan yang ingin mengecat kuku baik itu hanya dengan pengolesan warna, desain atau motif, aksesoris dan dekorasi. Adapun layanan yang diberikan berupa *nail art* dan *nail extension* (sambung kuku).

Namun, setiap usaha dalam bisnis pasti ada kendala yang berbeda-beda baik dari segi harga, kualitas produk atau kualitas pelayanan, sehingga dapat menciptakan *experience* dari pelanggan yang beragam terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa kendala yang terjadi di *witchery nails* ialah:

- a. Penetapan harga pada *witchery nails* tergolong standar di kalangan pelanggan yang sudah memiliki penghasilan, namun di kalangan mahasiswa atau pelajar harga di *witchery nails* tergolong mahal. Berdasarkan observasi yang di lakukan terhadap pelanggan *witchery nails*, kebanyakan pelanggan yang berstatus mahasiswa dan pelajar merasa budget yang harus dikeluarkan mereka untuk membeli jasa *nail art* di *witchery nails* terbilang mahal dan menurut owner sebagian pelanggan yang memakai jasa *nail art* di *witchery nails* ialah pelanggan yang berusia 18-20 tahun ke atas. Sehingga harga menjadi masalah yang mungkin harus di teliti dalam penelitian ini.
- b. Jenis produk yang di miliki oleh *witchery nails* memiliki kualitas yang tergolong rendah. Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan

terhadap produk yang digunakan oleh witchery nails berupa bahan serta peralatan yang gunanya sebagai penunjang jasa nail art salah satunya ialah kutek gel. Berdasarkan pada pernyataan owner bahwa kutek gel yang digunakan bukan kualitas premium yang mana kutek gel tersebut tergolong pada kualitas di bawah standar dalam artian produk tersebut cukup terkenal namun tidak di rekomendasikan oleh nail artist profesional. Kutek gel ini sudah sesuai dengan kegunaannya sebagai penunjang jasa nail art namun segi kualitas produk akan berpengaruh terhadap keawetan nail art. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui dengan penggunaan produk yang kualitas nya di bawah standar apakah akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

- c. Dalam usaha bidang jasa pelayanan menjadi sebuah faktor penentu dari kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, pelayanan tidak hanya berupa komunikasi karyawan dalam memenuhi permintaan pelanggan, namun juga fasilitas yang disediakan untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan. Berdasarkan observasi mengenai pelayanan di witchery nails, terdapat permasalahan mengenai fasilitas saat mengantre. Fasilitas tunggu yang disediakan oleh witchery nails sangat terbatas dan kurang nyaman sehingga calon pelanggan lebih memilih untuk melakukan janji temu agar tidak perlu mengantre. Hal ini menjadi permasalahan karena dalam fasilitas yang kurang memadai akan mengurangi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Nail Art* (Studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*)”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*)?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*)?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*)?
4. Apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*)?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*).
2. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*).
3. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa *nail art* (studi pada *Witchery*

Nails Banjarmasin).

4. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan antara harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails* Banjarmasin).

1.4. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam pemahaman teori-teori yang relevan dengan Manajemen Pemasaran khususnya mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Nail Art* (Studi Pada *Witchery Nails* Banjarmasin)

2. Praktis

- a. Bagi pihak *Witchery Nails* diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan dalam mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Nail Art* (Studi Pada *Witchery Nails* Banjarmasin).
- b. Bagi pihak akademik diharapkan dapat digunakan sebagai perbendaharaan perpustakaan STIMI Banjarmasin.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.