

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi saat ini mengalami peningkatan yang menuju pada persaingan ketat terutama pada perusahaan di bidang jasa yang sama. Industri perawatan rambut, wajah dan tubuh merupakan salah satu jenis usaha yang cukup diminati, *trend* industri perawatan rambut ini berkembang pesat khususnya ditambah lagi saat ini Kota Batam secara umum diakui sebagai salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan paling cepat secara global untuk kategori bisnis jasa. Keadaan seperti itu untuk mencapai kesuksesan suatu bisnis usaha jasa tergantung pada ide, peluang dan pelaku bisnis karena pertumbuhan bisnis dalam beberapa tahun terakhir ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, tidak terkecuali pada bisnis jasa pemotongan rambut khusus pria.

Penelitian ini peneliti memilih Jhon *Barbershop* sebagai objek penelitian. Jhon *Barbershop* merupakan Barbershop yang berlokasi di Glori Legenda Center Point Blok B 7 Kel; Baloi Permai, Kec; Batam Kota, Kota Batam. Jhon *Barbershop* didirikan sejak pada tanggal 27 juli 2015 yang bergerak dalam bidang jasa. usaha ini guna menjadi cerminan semangat dalam memberdayakan anak-anak muda dalam berwirausaha. Jhon *Barbershop* yang merupakan salah satu penyedia jasa bisnis *barbershop* pangkas rambut yang dapat memberikan gaya model rambut pria masa kini dimana selalu menjadi suatu kebutuhan masyarakat batam. hal ini sebagai acuan untuk membuka usaha Jhon *Barbershop* khusus laki-laki kepada

Anak, Remaja dan Dewasa. berbagai pelayanan Jhon *Barbershop* seperti pangkas rambut dengan berbagai macam pilihan model rambut *trend* yang *up to date*, Cukur jenggot dan kumis, Semir cat hitam dan warna, *Creambath*, *Facial*, dan serta pelayanan lainnya. namun semakin banyaknya pesaing yang beredar saat ini membuat Jhon *Barbershop* batam mengalami tingkat penurunan pelanggan. maka usaha pencapaian tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan adalah salah satu syarat yang harus di penuhi suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan. (Yulna Dewita Hia, 2017:59).

Citra merek suatu persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap merek barang atau jasa yang memperkuat loyalitas merek dan meningkatkan pembelian ulang bahkan masyarakat berusaha untuk menciptakan suatu image yang baik. (Agustin, 2017:4)

Permasalahannya Citra Merek Jhon *Barbershop* dimana kurang dikenalnya oleh masyarakat umum, karena kurangnya pengenalan dari pihak Jhon *Barbershop*, kurangnya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) hingga saat ini masih berada dibawah merek – merek *Barbershop* lainnya dan belum memiliki citra merek sekuat jasa *Barbershop* lainnya yang sudah cukup lama dalam industri dan memiliki *rating* yang tertinggi di batam seperti *Piston Barbershop*, *StarsBox Barbershop*, *Cut Barbershop*, *Brotherbox Barbershop*, *Semesta Barbershop*, dll. (sumber: <https://jejakpiknik.com/barbershop-batam/>). Situasi yang demikian, mendorong John *Barbershop* untuk mencari solusi yang kreatif dan inovatif agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan.

Fasilitas suatu sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen bahwa Suatu fasilitas yang ada disuatu perusahaan sangat penting untuk menunjang bagaimana supaya pelanggan puas dengan apa yang pelanggan inginkan. (Yulna Dewita Hia, 2017:61).

Permasalahannya fasilitas Jhon *Barbershop* kurang lengkap dimana tidak tersedianya Pendinginan ruangan (*Air Conditioner*), Wifi, Desain tempat yang kurang menarik dan tempat parkir sempit. banyak penyedia jasa yang tidak menyadari bahwa tata letak fasilitas memiliki pengaruh tersendiri terhadap perasaan dan respon pelanggan. sehingga itu perlunya fasilitas yang lengkap, agar pelanggan merasa nyaman dan tertarik.

Kualitas pelayanan menurut (Erni Setyowati & Wiyadi, 2016:103) dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan dan dirasakan, maka akan semakin tinggi tingkat pelanggan.

Permasalahan kualitas pelayanan Jhon *Barbershop* kurang maksimal yaitu karyawan kurang ramah, ketepatan waktu dalam pelayanan perawatan seperti *facial face*, cukur jenggot, cukur kumis dan hasil potongan rambut yang kurang sesuai sehingga membuat harapan pelanggan yang kurang puas.

Loyalitas suatu komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Afifah Audistiana & Muslichah Erma Widiana, 2017:30).

Permasalahan loyalitas pelanggan terjadinya fluktuasi ataupun penurunan pada Pelanggan menjadi permasalahan pada Jhon *Barbershop*. dalam hal ini loyalitas pelanggan memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, karena loyalitas pelanggan ialah komitmen yang kuat untuk secara konsisten membeli produk atau jasa di masa depan, karena loyalitas dapat dirasakan lebih dalam Ketika membeli jasa yang diminati di masa yang akan datang. meski pengaruh upaya pemasaran memiliki potensi yang akibatnya akan ditinggalkan oleh pelanggan (Minrohayati1, Meirani Harsasi2, 2016:157). Berikut ini adalah data daftar pelanggan sebagai acuan melihat loyalitas.

Berikut ini adalah data daftar pelanggan sebagai acuan melihat loyalitas.

Tabel 1. 1 Data Pelanggan Jhon Barbershop 6 Bulan Terakhir Maret-Agustus Tahun 2020

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Maret	439
2	April	415
3	Mei	638
4	Juni	350
5	Juli	260
6	Agustus	258
Total		2360

Sumber : Jhon *Barbershop*

Dari data diatas menunjukkan selama 3 bulan berturut-turut yaitu bulan Maret jumlah pelanggan 439 pelanggan, bulan April meningkat 24 Orang jumlah pelanggannya menjadi 415 pelanggan, terus bulan Mei meningkat lagi 223 orang jumlah pelanggannya menjadi 638 pelanggan, tapi 3 bulan selanjutnya terjadinya penurunan yaitu mulai bulan Juni mengalami penurunan 288 orang jumlah pelanggannya menjadi 350 pelanggan, lalu bulan Juli penurunan Kembali 90 orang jumlah pelanggan menjadi 260 pelanggan, selanjutnya di bulan Agustus penurunan

2 orang jumlah pelanggan menjadi 258 pelanggan. Maka data diatas menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi bahkan di bulan Juni, Juli, Agustus terjadinya penurunan berturut-turut terhadap pelanggan. dari data diatas perhitungan rata-rata perhari ada 13 jumlah pelanggan yang datang dan pekerja pelayanan Jhon *Barbershop* terdapat 3 orang karyawan.

Bertumpu latar belakang permasalahan yang diuraikan, oleh karena itu penulis mengambil judul **“Pengaruh Citra Merek, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada John *Barbershop* Di Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Bersumber uraian pada latar belakang, permasalahan untuk penelitian bisa di identifikasikan peneliti yaitu :

1. Citra merek Jhon *Barbershop* kurangnya dikenal oleh masyarakat, karena kurangnya pengenalan dari pihak Jhon *Barbershop*, dan kurangnya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) hingga saat ini masih berada dibawah merek – merek *Barbershop* lainnya.
2. Kurangnya kelengkapan Fasilitas Jhon *Barbershop* yang tidak tersedianya *Air Conditioner* (AC), Wifi, Desain yang biasa saja dan Tempat parkir terbatas.
3. Kurangnya kualitas pelayanan seperti karyawan kurang ramah, ketepatan waktu dan pelayanan dalam perawatan *facial face*, cukur jenggot, cukur kumis dan hasil potongan rambut yang kurang sesuai kebutuhan pelanggan.
4. Loyalitas pelanggan John *Barbershop* terjadinya fluktuasi pada pelanggan.

1.3. Batasan Masalah

Penelitian dalam batasan masalah hal ini di batasi peneliti yaitu :

1. Melakukan penelitian di Jhon *Barbershop*
2. Melakukan penelitian tentang citra merek, fasilitas dan kualitas pelayan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Objek penelitian merupakan pemilik usaha, karyawan dan pelanggan Jhon *Barbershop*

1.4. Perumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang ada, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah Citra Merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Jhon *Barbershop*?
2. Bagaimanakah Fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Jhon *Barbershop*?
3. Bagaimanakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Jhon *Barbershop*?
4. Bagaimanakah Citra merek, Fasilitas dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Jhon *Barbershop*?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan yang hendak dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada *Jhon Barbershop*
2. Untuk mengetahui Fasilitas terhadap loyalitas pelanggan pada *Jhon Barbershop*
3. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *Jhon Barbershop*
4. Untuk mengetahui Citra Merek, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara Bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan pada jasa *Jhon Barbershop*

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya dalam bidang strategi pemasaran yang terkait Citra merek, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini menambah skill dan masukan untuk mengaplikasikan dan mempraktekkan ilmu yang diperoleh

2. Bagi Institusi

Penelitian yang dihasilkan diharapkan bisa menjadi referensi bagi perusahaan dalam meningkatkan citra merek, fasilitas dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta saran dan kritik

yang disampaikan bisa menjadi bahan evaluasi untuk melengkapi atau memperbaiki kelemahan pada Jhon *Barbershop*.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian yang dihasilkan diharapkan dapat meningkatkan wawasan seluruh mahasiswa dan mahasiswi Universitas Putera Batam serta dapat dijadikan sebagai referensi karya ilmiah dan menjadi sumber informasi di masa mendatang.