

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan Rock n' Roll Haircutting

Rock n' Roll Haircutting ini berdiri pada 2004 berawal dari kebiasaan pemiliknya, Ina dan Mega yang sering memotong rambut teman-teman mereka. Dengan bermodal bakat memotong rambut tersebut, Ina dan Mega memulai usaha di sebuah tempat yang sangat sederhana, yaitu di gudang sebuah perusahaan *clothing* di Jalan Buahbatu. Mereka memulai usaha gunting rambut dengan gaya para pemain band rock n roll. Setelah berjalan beberapa lama, tempat gunting rambut yang belum ada nama tersebut menjadi tempat nongkrong anak-anak muda, termasuk sejumlah pemain band. Bahkan tempat tersebut menjadi favorit para pemain band. Selain untuk menata rambut, tempat itu pun menjadi *basecamp* untuk bermain musik. Suasana itulah yang akhirnya menginspirasi mereka memberikan nama tempat cukur tersebut, Rock n' Roll Haircutting.

A. Logo Perusahaan



Gambar 1.1
Logo Perusahaan

Selain bermusik, banyak personel *band* yang memotong rambut dan nongkrong di tempat kami. Jadilah diberi nama Rock n' Roll Haircutting, terang *Marketing Promotion* Rock n' Roll Haircutting Tia Tresna kepada *INILAH.COM*, Senin (14/3/2011). Sejak saat itu, kebanyakan pelanggan Rock n' Roll Haircutting adalah mereka yang ingin tampil sesuai musik yang digemari. Di awal keberadaannya, Rock n' Roll Haircutting pun melakukan promosi di acara-acara musik yang digelar di Bandung.

Awalnya kami menyebarkan *flyer*, setelah itu keberadaan kami juga menyebar dari mulut ke mulut, ujar Tia yang juga *hairstylist* di tempat tersebut. Untuk memperbaiki sarana dan prasarana, pada tahun 2005 Rock n' Roll Haircutting pindah ke sebuah tempat di Jalan Bagus Rangin, dan akhirnya, pada tahun 2010 menetap di Lantai I, Dago Plaza, Jalan Ir H Juanda.

Hingga saat ini Rock n' Roll Haircutting memang memiliki pelanggan yang sebagian besar laki-laki. Tempat potong rambut yang sudah cukup ternama di Bandung ini memang memiliki konsep seperti *barbershop* pada umumnya. Di sini kami tidak menyediakan jasa keramas seperti di salon-salon karena konsep kami memang disamakan dengan *barbershop* biasa, jelas Tia.

1.2 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan kota kreatif dengan potensi sumber daya manusia kreatif terbesar. Sejak dulu Bandung telah dikenal sebagai pusat tekstil, mode, seni, dan budaya dengan sebutan Paris Van Java. Bandung adalah salah satu kota yang cukup kondusif untuk mengembangkan industri kreatif. Masyarakat kota Bandung yang toleran terhadap ide-ide baru dan menghargai kebebasan individu menjadi modal utama Bandung dalam pengembangan industri kreatif. Selain itu, kota Bandung merupakan tempat yang sangat potensial untuk mensinergikan dan mengkolaborasikan perguruan tinggi, pelaku bisnis, masyarakat, pemerintah dan media dalam rangka menciptakan kultur ekonomi kreatif. Perkembangan ekonomi kreatif di kota Bandung menunjukkan peningkatan yang cukup memuaskan. Sejauh

ini, subsektor industri kreatif yang dapat dijadikan unggulan kota Bandung diantaranya yaitu musik, fashion, seni, desain, arsitektur, IT dan makanan (kuliner). (PEMDA Bandung, 2015)

Industri kreatif yang diunggulkan di kota Bandung salah satunya berada dibidang *fashion*. Bidang *fashion* itu sendiri terdiri dari beberapa cabang, diantaranya adalah pakaian, aksesoris, hingga gaya rambut. Di kota Bandung sendiri gaya rambut sudah menjadi *trend fashion* yang sangat populer apalagi dikalangan anak muda, hal ini pun menjadi peluang bagi para pelaku bisnis yang ingin bergelut di bidang jasa *barbershop*. Dengan adanya fenomena itu di kota Bandung mulai bermunculan *barbershop* untuk memenuhi kebutuhan konsumen pria yang memperhatikan penampilan salah satunya penampilan rambutnya. Karakteristik *barbershop* dapat dilihat dari terdapatnya lampu ulir berwarna merah, biru, dan putih yang berputar, serta kursi yang digunakan untuk pelayanan potong rambut adalah kursi berkaki satu (Tabloid Kontan No 15 Tahun IX). Usaha *barbershop* memiliki peluang yang sangat baik jika dilihat dari perilaku konsumen yang ingin berpenampilan rapi terutama dalam gaya rambut. *barbershop* tidak memiliki batasan usia baik anak-anak maupun dewasa dapat berkunjung ke sana. Sebenarnya *barbershop* lebih mengarah para pria yang hendak "merapikan" dirinya. Setelah melakukan survey wawancara secara acak kepada 20 orang pria tentang tempat memotong rambut yang paling diminati antara *barbershop*, salon, dan dibawah pohon rindang (DPR) , diperoleh 16 dari 20 pria tersebut lebih memilih pergi ke *barbershop* daripada DPR atau salon. Merapikan rambut di bawah DPR dan salon, mereka enggan. Alasannya karena :

1. Untuk DPR, dirasa kurang nyaman dan tidak bergengsi.
2. Untuk salon, pelanggannya didominasi perempuan.

Oleh karena itu *barbershop* menjadi pilihan yang sangat tepat bagi para pria. Pelayanan yang baik, tempat yang nyaman, dan tukang cukur yang berpengalaman merupakan keinginan dari semua konsumen/pelanggan *barbershop*, dengan adanya keinginan tersebut maka banyak peluang bisnis yang bisa didapatkan dari *barbershop*. Hal ini merupakan salah satu alasan banyaknya *barbershop* yang didirikan di kota Bandung.

Kota Bandung tercatat memiliki 28 pusat penjualan/mall, 26 supermarket, 16 department store, dan 98 factory outlet (sumber: data Dinas KUKM dan Industri Perdagangan Kota Bandung, 2011). Sedangkan menurut hasil observasi penulis, di kota Bandung terdapat 15 *barbershop*.

Peneliti melakukan wawancara secara acak dengan 20 orang pria yang memperhatikan penampilannya di kota Bandung tentang *barbershop* yang pernah atau sering dikunjungi di kota Bandung, seperti terlihat pada tabel 1.1 :

Tabel 1.1
Jumlah pengunjung *Barbershop* di Bandung perhari

No	Nama <i>Barbershop</i>	Jumlah Pengunjung
1	Rock n' Roll Haircutting	112
2	Barberpop	98
3	Head Core	73
4	Menn Barber	41

(Sumber : Di olah oleh perusahaan, 2015)

Berdasarkan data dari tabel 1.2 peneliti mengambil objek penelitian yaitu Rock n' Roll Haircutting. Peneliti mengambil objek penelitian tersebut karena Rock n' Roll Haircutting terlihat jelas memiliki jumlah pengunjung yang lebih banyak daripada *barbershop* yang lain.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara awal pada 20 orang pelanggan Rock n' Roll Haircutting, masih terdapat kekurangan dalam hal pelayanan di Rock n' Roll Haircutting, diantaranya ialah susahny dalam melakukan *booking* untuk memotong rambut dan lambatnya karyawan dalam melayani konsumen. Apabila kualitas pelayanan dikelola dengan tepat dapat berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan pelanggan dengan adanya kepuasan pelanggan hubungan perusahaan dan konsumen menjadi harmonis dan membentuk suatu rekomendasi yang menguntungkan bagi perusahaan, (Tjiptono, 2012:153).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti membuat penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rock n' Roll Haircutting Bandung”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) di Rock n' Roll Haircutting Bandung?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di Rock n' Roll Haircutting Bandung?
3. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di Rock n' Roll Haircutting Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini juga memiliki tujuan untuk menjawab permasalahan diatas. Berikut ini tujuan dari penelitian, yaitu :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) di Rock n' Roll Haircutting Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen di Rock n' Roll Haircutting Bandung.
3. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di Rock n' Roll Haircutting Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dibuatnya penelitian ini, peneliti berharap bahwa hasilnya dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan seperti :

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman dalam bidang *marketing*, khususnya teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Serta juga dapat memberikan sumbangan informasi dan pengetahuan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Selain

itu juga dapat dijadikan acuan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan Rock n' Roll Haircutting karena penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi mengenai kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I. Pendahuluan. Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II. Tinjauan Pustaka. Pada bab ini memaparkan penelitian terdahulu, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III. Metodologi Penelitian. Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini berisi pembahasan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan dari keseluruhan hasil penelitian.

BAB V. Kesimpulan dan Saran. Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran sebagai hasil akhir dari penulisan tugas akhir ini.