

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penampilan selalu menjadi titik utama dalam menilai seseorang. Penilaian tersebut akan mencakup tampilan fisik, sifat, dan atau pun kepribadian. Ditengah interaksi yang ada antar manusia, kebutuhan untuk selalu tampil rapih telah menjadi suatu keharusan. Bahkan tidak sedikit dari kaum pria yang berusaha memenuhi tuntutan tersebut dengan mendatangi salon atau barbershop untuk sekedar merapikan rambutnya.

Barbershop ialah salon tetapi khusus untuk laki-laki, hal ini dikarenakan bahwa bukan hanya perempuan saja yang selalu memperhatikan penampilan, tetapi laki-laki juga membutuhkan penampilan, mulai dari potong rambut, cuci rambut, pijat dan perawatan yang lain yang sesuai dengan kebutuhan laki-laki. Barbershop merupakan sebuah inovasi atau perkembangan dari fashion, di mana dulunya barbershop sering disebut dengan tukang cukur. Pada zaman dahulu usaha pangkas rambut bermula dari tukang cukur keliling, hingga yang menetap, mulai dari tempat cukur terbuka di bawah pohon, tempat cukur sederhana yang sering disebut potong rambut Madura. Kesemua model bisnis pangkas rambut tersebut, terbukti bisa tetap eksis dan mendapat pelanggan yang tersegmentasi.

Perubahan dan perkembangan zaman membuat usaha inipun mengalami perubahan, hal ini tidak terlepas karena kaum laki-laki pun juga ingin merubah gaya rambutnya dengan nuansa modern, akan tetapi ada perasaan risih bagi kaum pria bila harus berada dalam satu tempat perawatan yang sama dengan wanita

sehingga muncullah usaha yang bernama Barbershop. Target pasar usaha salon khusus laki-laki “Barbershop” lebih jelas dan spesifik dari mulai anak-anak, pelajar, mahasiswa, remaja, lelaki dewasa, bapak-bapak dan kakek-kakek menjadi konsumen utama bisnis ini.

Barbershop Studio merupakan salah satu penyedia jasa bisnis pangkas rambut yang berkembang di Surabaya yang baru berdiri di awal pada tahun 2016. Potensi bisnis ini jelas besar karena kebutuhan untuk memangkas rambut adalah kegiatan yang pasti akan dilakukan oleh setiap orang secara periodik. Barbershop Studio melayani *Hair Cut, Hair Wash, Hair Tonic and Other Service Creambath and Colouring*.

Pelayanan jasa dalam bidang pangkas rambut bergantung pada tingkat kunjungan pelanggan yang datang ke Barbershop. Dalam hal ini, Barbershop dituntut untuk lebih bekerja keras dan kreatif lagi dalam menarik para pelanggan yang sudah ada dan mendatangkan pelanggan baru yakni dengan mengembangkan strategi pemasaran. Strategi bauran pemasaran harus dilakukan dengan tepat sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan produk atau jasa yang di tawarkan.

Untuk mencapai hasil tersebut Barbershop haruslah menerapkan strategi dalam menjalankan kegiatan pemasaran tersebut, salah satu strategi yang diterapkan banyak perusahaan bisa dengan cara mengkombinasikan variabel yang ada di dalam bauran pemasaran secara tepat dan sesuai dengan produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Bauran pemasaran jasa yang terdiri atas *produk, harga, promosi, lokasi/ tempat, orang, proses, dan bukti fisik* yang dimana lebih dikenal dengan sebutan 7P (produk, harga, promosi, lokasi, orang,

proses dan bukti fisik) strategi tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinir dengan baik oleh perusahaan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan melakukan kegiatan pemasarannya seefektif mungkin. Oleh karena itu, didalam penelitian yang dilakukan ini peneliti ingin mengetahui bagaimana hubungan bauran pemasaran dengan struktur keputusan pembelian yang terjadi di jasa pangkas rambut di Kota Surabaya.

Secara tidak langsung berarti pelanggan yang pangkas rambut di Barbershop Studio sebagian besar sudah memperhatikan berbagai aspek dalam pengambilan keputusan. Ini patut diperhatikan karena sekarang konsumen tak hanya berpedoman pada harga yang murah saja, produk yang berkualitas, distribusi yang lancar, promosi yang menarik, tetapi juga pada kenyamanan, kebersihan, kecepatan sistem pelayanan dan sebagainya. Artinya, sekarang konsumen sudah mulai efisien dalam waktu dan rasional dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa.

Penulis mencoba melakukan penelitian ini untuk mengetahui seberapa jauhkah pengaruh bauran pemasaran jasa (produk, harga, promosi, tempat/ lokasi, orang, proses dan bukti fisik) terhadap keputusan konsumen pada jasa pangkas rambut Barbershop Studio Surabaya, karena bauran pemasaran jasa merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis suatu usaha apabila perusahaan itu dapat menggunakan bauran-bauran pemasaran dengan tepat dan akurat.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang diuraikan diatas dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA JASA PANGKAS RAMBUT BARBERSHOP STUDIO SURABAYA”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang di kemukakan, maka dapat ditarik rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada jasa pangkas rambut Barbershop Studio Surabaya?
2. Apakah bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada jasa pangkas rambut Barbershop Studio Surabaya?
3. Variabel manakah yang paling dominan atas tujuh variabel bauran pemasaran jasa yang terdiri produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada jasa pangkas rambut Barbershop Studio Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang di kemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa dan membuktikan pengaruh bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada jasa pangkas rambut Barbershop Studio Surabaya?
2. Untuk menganalisa dan membuktikan pengaruh bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada jasa pangkas rambut Barbershop Studio Surabaya?
3. Untuk menganalisa dan membuktikan pengaruh bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada jasa pangkas rambut Barbershop Studio Surabaya?

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Bagi penulis, berharap dari penelitian ini akan mampu menambah wawasan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang didapat selama proses perkuliahan dimana berhubungan dengan manajemen pemasaran jasa, khususnya di bidang strategi pemasaran.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat di gunakan sebagai pertimbangan dalam menyusun perencanaan, strategi dan program-program pemasaran dan semakin membuat inovasi – inovasi terbaru.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Agar dapat di gunakan sebagai Referensi dan memberikan wawasan serta pengetahuan bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian yang sama di bidang pemasaran khususnya mengenai bauran pemasaran jasa dan keputusan konsumen.

3. Bagi Universitas 17 Agustus 145 Surabaya.

Hasil penelitian dapat menjadi tambahan perbendaharaan kepustakaan, sehingga dapat menjadi perbandingan bagi mahasiswa dalam menyusun penelitian ilmiah.