

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan di dunia usaha semakin kompleks dan semakin dinamis dalam perkembangannya. Beberapa perusahaan dan industry jasa berlomba mendapatkan posisi dalam persaingan bisnis untuk memperoleh keuntungan dan menguasai pasar secara menyeluruh. Dalam menghadapi persaingan tersebut, industri jasa yang ingin tampak lebih maju dibandingkan dari usaha jasa lainnya mereka harus bisa lebih unggul dari pesaing. Salah satu hal yang dapat dilakukan yaitu dengan memperhatikan atribut produk yang meliputi kualitas merek, kemasan, design dan label. karena sebagaimana yang dikemukakan oleh (Mughtar Ahmad, 2012 : 13) melalui atribut-atribut yang dimilikinya, suatu produk ndapat menjadi stimuli utama yang mempengaruhi proses kognisi dan perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen.

Seiring dengan perkembangan daerah Provinsi Gorontalo saat ini khususnya di kota Gorontalo, industri jasa salon semakin memberi harapan dalam memberi peluang besar sebagai pasar rekrutmen tenaga kerja baru di daerah. Tingkat pertumbuhan industri jasa jumlah salon di gorontalo semakin menunjukkan trend positif sebagai sektor bisnis yang cukup terminate secara positif. Hal ini terjadi karena dinamika dan dinamisasi perkembangan perilaku masyarakat Gorontalo semakin

menyenangi dunia kecantikan. Namun dibalik perkembangannya yang begitu pesat tersebut industri jasa salon masih kurang memperhatikan aspek pelayanan dan penataan atmosphere salon yang masih cenderung kurang menarik bagi konsumen.

Hal ini seiring dengan konsep berpikir Kotler, 2005 (dalam Paramita, 2012 :2) bahwa atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. atmosfer dalam sebuah salon dapat mempengaruhi emosi atau perasaan konsumen sehingga dapat menyebabkan terjadinya proses pembelian.

Terlepas dari peran atmosfer salon atribut produk juga menjadi faktor penunjang dalam usaha salon. Suatu produk dapat dilihat secara fisik memiliki perbedaan antara satu dengan lainnya, atribut produk sendiri terbagi atas kualitas produk, karakteristik fisik barang, harga, merk, kemasan, design, jaminan produk, warna, reputasi penjual dan pelayanan penjual. (dalam Etzel dkk, 2004 : 209) konsumen sebagai peran utama dalam mengevaluasi sesuai dan ke tidak sesuaian puas dan ke tidak puasan yang di rasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang di rasakan setelah pemakaian.

Aviah Salon sebagai salah satu industri jasa di Gorontalo yang memberi warna baru dalam dunia bisnis jasa salon kecantikan, dengan mencoba mempertahankan konsumen sesuai dengan karakter yang sesuai pilihannya masing-masing. Aviah Salon memiliki kecenderungan

yang positif untuk terus diminati konsumennya, namun beberapa fenomena menunjukkan semakin tidak memberi daya tarik bagi konsumen di salah satu usaha bisnis salon yang banyak di minati oleh konsumen, sebagaimana data kunjungan konsumen.

Jumlah pengunjung konsumen aviah salon berdasarkan data kunjungan konsumen yang bersumber dari Aviah salon maka didapat pada tahun 2012 total jumlah pengunjung aviah salon sebanyak 1320 konsumen dimana jumlah tersebut didapat dari data item yang dipilih oleh konsumen dimana konsumen yang menggunakan item facial sebanyak 250 orang, item pilling wajah sebanyak 200 orang dan beberapa item lainnya dengan rata rata konsumen dibawah 200 konsumen.

Pada tahun 2013 total jumlah pengunjung aviah salon meningkat sebanyak 1945 konsumen dimana jumlah tersebut didapat dari data item yang dipilih oleh konsumen dimana konsumen yang menggunakan item facial dan item pembelian produk (IP Skin Care) sebanyak 300 orang, item pilling wajah, creambath dan sertika wajah sebanyak 250, 220, dan 200 konsumen dan beberapa item lainnya dengan rata rata konsumen dibawah 200 konsumen, dan pada tahun 2014 total jumlah pengunjung aviah salon sebanyak 1525 konsumen dimana jumlah tersebut didapat dari data item yang dipilih oleh konsumen dimana konsumen yang menggunakan item pilling wajah sebanyak 250 orang, item facial sebanyak 200 orang dan beberapa item lainnya dengan rata rata konsumen dibawah 200 konsumen

Aviah Salon memiliki potensi besar untuk maju lebih pesat, hal ini karena memiliki tempat yang strategis dan berada pada posisi pusat perekonomian Kota Gorontalo. Namun beberapa masalah yang sering mempengaruhi atmosphere salon seperti dilihat dari pengaturan dalam ruangan (inshalon atmosfher) seperti tata letak kursi pengunjung, front office, pecahayaannya, pendingin, suara dan aroma harus lebih ditingkatkan dan juga pengaturan di luar salon seperti tata letak parkir, tatak letak papan nama, lokasi salon dan pencahayaan luar ruangan harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan sehingga tidak memberikan kejenuhan namun dapat menambah tingkat kepuasan bagi konsumen saat berkunjung keAviah Salon

Dengan beberapa permasalahan diatas, maka panelis mencoba menilai bahwa penelitian ini perlu diteliti lebih lanjut, dengan judul penelitian sebagai berikut “Pengaruh Atmosphere Salon Terhadap Kepuasan Konsumen Aviah Salon di Kota Gorontalo”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dikemukakan beberapa permasalahan penting dalam penelitian ini antara lain;

1. Masih kurangnya fasilitas yang di sediakan seperti, kursi dan halaman parkir
2. Belum tersedianya tempat massage untuk laki-laki
3. Suasana salon masih kurang mendukung kenyamanan konsumen untuk tinggal lama dalam ruangan.

4. Pencahayaan dan pewarnaan ruang tunggu masih cenderung kurang menarik bagi konsumen.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas, maka rumusan masalah dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh atmosfir salon terhadap kepuasan konsumen di Aviah Salon Kota Gorontalo?
2. Seberapa besar pengaruh atmosfir salon terhadap kepuasan konsumen di Aviah Salon Kota Gorontalo?

### **1.4 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah ;

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atmosfir salon terhadap kepuasan konsumen pada aviah salon di kota Gorontalo.
2. Untuk menganalisis dan mengkaji besarnya pengaruh atmosfir salon terhadap kepuasan konsumen pada aviah salon di Kota Gorontalo.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memperluas kajian ilmu manajemen strategi,khususnya mengenai Atmosphere Salon terhadap Kepuasan Konsumen

#### **1.5.2 Manfaat praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manager aviah salon di kota gorontalo mengenai atmosphere salon terhadap kepuasan konsumen, sehingga bisa dijadikan

informasi serta masukan bagi pihak yang terkait dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan atmosphere salon dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen