

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kesehatan dan kecantikan merupakan suatu elemen yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan manusia, dan merupakan suatu sinergi yang saling melengkapi. Dengan tubuh yang sehat maka manusia dapat melakukan segala aktifitas kehidupan mereka apalagi juga diimbangi dengan kecantikan pada wajah, khususnya bagi para kaum hawa. Kecantikan merupakan salah satu kebutuhan seorang wanita dimana itu akan membuat mereka lebih percaya diri lagi dan membuat mereka akan terlihat menarik bagi laki-laki.

Akhir-akhir ini tidak hanya konsumen wanita saja sudah mulai peduli akan pentingnya kesehatan dan perawatan diri terutama pada perawatan wajah, konsumen pria pun sudah mulai memperhatikan perawatan wajah mereka karena wajah adalah salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia. Banyak kita temukan para pria yang tidak malu lagi untuk datang ke tempat perawatan untuk merawat wajah mereka.

Perawatan kesehatan dan kecantikan pun kini sangat diminati oleh para pria maupun wanita, karena itu berbagai salon kecantikan dan Spa mulai banyak bermunculan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sangat tinggi. Dengan banyaknya tempat Spa yang telah bermunculan, otomatis konsumen akan dimudahkan dan akan mendapatkan pelayanan dari terapis-terapis yang handal dan berpengalaman.

Kenyamanan dan privasi sangat diutamakan, dimana dengan mengutamakan kenyamanan para konsumen akan merasa sangat nyaman bila berada di tempat itu dan tidak perlu takut akan privasi karena tempat itu akan menjaga privasi konsumen sebaik mungkin.

SPA (*Solus Per Aqua/ Solus Per Aqua*) berarti sehat melalui air, yang kemudian lebih dikenal sebagai Spa, merupakan salah satu metode perawatan kebugaran dan kecantikan yang digunakan oleh bangsa Yunani dan bangsa Romawi dengan memanfaatkan khasiat air. Seiring perkembangan jaman, kini Spa tidak hanya memanfaatkan khasiat air, tetapi juga dipadukan dengan berbagai elemen yang tercakup dalam the *Ten Elements of Spa Experience*. Kesepuluh elemen itu antara lain *water* (air), *nourishment* (nutrisi), *movement* (gerakan), *integration* (integrasi), *aesthetic* (seni), *environment* (lingkungan), *cultural expression* (ekspresi budaya), *social contribution* (kontribusi sosial), dan *time and space rhythms* (ritme waktu dan ruang).

*SIAM THAI SPA family massage & reflexology* merupakan salah satu tempat treatment di kota Pangkalpinang sejak tahun 2015. *SIAM THAI SPA* merupakan tempat pijat dan *reflexology* yang mengambil konsep terapi ala Thailand yang belum banyak ada di kota Pangkalpinang dan masih ada banyak lagi paket menarik yang akan memanjakan para konsumen . Tempat pijat dan *Reflexology* yang berada di jalan Ruko Harmoni Blok B.5 Pangkalpinang ini ramai dikunjungi oleh para konsumen setiap hari libur maupun kerja pada waktu siang hingga malam hari, *SIAM THAI SPA* mulai dibuka pukul 10.00 – 22.00 WIB dan buka juga pada hari libur.

Ketertarikan konsumen datang ke *SIAM THAI SPA Family Massage & Reflexology* berdasarkan data kunjungan 10 bulan pertama ini yang dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Konsumen Mei 2015 – Februari 2016**  
***SIAM THAI SPA Family Massage & Reflexology* Pangkalpinang**

No	Bulan & Tahun	Laki-laki	Perempuan	Total
1	Mei 2015	119	11	130
2	Juni 2015	204	20	224
3	Juli 2015	123	10	133
4	Agustus 2015	149	9	158
5	September 2015	153	4	157
6	Oktober 2015	173	4	177
7	November 2015	189	25	214
8	Desember 2015	261	64	325
9	Januari 2016	205	26	231
10	Februari 2016	197	36	233
<b>Total</b>				<b>1982</b>

Rata – rata  $1982 : 10 \text{ bulan} = 198 \text{ orang/ bulan}$

Sumber : *SIAM THAI SPA Family Massage & Reflexology*, 2016

Pada hasil Tabel 1.1 dimana konsumen *SIAM THAI SPA Family Massage & Reflexology* dalam 10 bulan pertama menunjukkan hasil yang fluktuasi. Dilihat dari data konsumen pada bulan Februari 2016 sebanyak 233, bulan Januari 2016 sebanyak 231, bulan Desember 2015 sebanyak 325, bulan November sebanyak 214, bulan Oktober sebanyak 177, bulan September sebanyak 157, bulan Agustus sebanyak 158, bulan Juli sebanyak 133, bulan Juni sebanyak 224, dan bulan Mei sebanyak 130. Dilihat dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa di *SIAM THAI SPA* pengunjung terbanyak didominasi oleh laki-laki dan itu membuktikan bahwa laki-laki sudah mulai peduli akan perawatan tubuh mereka.

Dari hasil data kunjungan tersebut di *SIAM THAI SPA Family Massage & Reflexology* dalam 10 bulan pertama, hasil ini belum mencapai target yang diinginkan *SIAM THAI SPA Family Masage & Reflexology*, dengan melihat hasil tersebut perlu melakukan yang dinamakan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan jasa yang ada di situ. Dalam merencanakan peningkatan penjualan di tempat tersebut pemilik usaha harus memiliki strategi yang baik agar usaha yang dijalankannya mencapai target yang diinginkan.

Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam peningkatan penjualan jasa *Family Massage & Refexology* yang dijalani ini seperti Kualitas pelayanan, Harga, Promosi, dan Lokasi. Peneliti melalukan pra survey ke beberapa pengunjung tentang pendapatnya terhadap variabel-variabel tersebut, dari hasil pra survey tersebut konsumen mengungkapkan bahwa alasan mereka memilih untuk mengunjungi *SIAM THAI SPA* adalah karena kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang membuat mereka puas.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di *SIAM THAI SPA* maka peneliti mengadakan pra survey kepada 15 orang konsumen untuk melihat sejauh mana para konsumen merasa puas akan variabel yang diteliti di *SIAM THAI SPA*. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada konsumen yang datang mengenai kualitas pelayanan, harga , promosi, lokasi, dan kepuasan yang dirasakan oleh para konsumen. Dari pertanyaan-pertanyaan tersebut peneliti mendapatkan hasil yang akan digambarkan dalam sebuah tabel.

**Tabel 1.2**  
**Data pra survey terhadap 15 pengunjung *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang.**

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Kualitas Pelayanan yang diberikan di <i>SIAM THAI SPA</i> Pangkalpinang sangat baik	2 (13,33%)	8 (53,33%)	4 (26,67%)	1 (6,67%)	-
2	Harga terapi yang ditawarkan di <i>SIAM THAI SPA</i> sangat terjangkau	4 (26,67%)	6 (40%)	3 (20%)	1 (6,67%)	1 (6,67%)
3	Promosi yang dilakukan <i>SIAM THAI SPA</i> membuat saya tertarik untuk datang melakukan terapi	2 (13,33%)	7 (46,67%)	2 (13,33%)	1 (6,67%)	3 (20%)
4	Lokasi <i>SIAM THAI SPA</i> sangat mudah dijangkau oleh saya	6 (40%)	4 (26,67%)	5 (33,33%)	-	-
5	Saya merasa sangat puas melakukan terapi <i>reflexology</i> di <i>SIAM THAI SPA</i>	5 (33,33%)	4 (26,67%)	4 (26,67%)	2 (13,33%)	-

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa 53,33% responden yang sependapat menjawab setuju dan 6,67% yang menjawab tidak setuju akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *SIAM THAI SPA*. Persentase tersebut memberikan jawaban bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan rasa kepuasan kepada para responden untuk memilih *SIAM THAI SPA* pangkalpinang, Menurut Kotler dan Keller (2009: 144) semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Sebesar 40% responden menjawab setuju terhadap harga yang ditawarkan oleh *SIAM THAI SPA* dan

sebesar 6,67% responden yang menjawab masing-masing setuju dan sangat tidak setuju untuk harga yang ditawarkan oleh *SIAM THAI SPA*.

**Tabel 1.3**  
**Daftar Harga *SIAM THAI SPA Family Massage & Reflexology* Pangkalpinang**

<b>Treatment</b>	<b>1 Hours</b>	<b>1,5 hours</b>	<b>2 hours</b>
<i>Reflexology</i>	80.000	100.000	120.000
<i>Happy Hours Reflexology</i>	60.000	80.000	100.000
<i>Massage</i>	100.000	115.000	130.000
<i>Happy Hours Massage</i>	90.000	100.000	120.000

**Happy Hours : 10.00 – 15.00**

Sumber : *SIAM THAI SPA Family Massage & Reflexology*, 2016

Sebesar 46,67% responden menjawab setuju dan 20% responden menjawab sangat tidak setuju akan promosi yang dilakukan oleh *SIAM THAI SPA*, Promosi yang dilakukan untuk menarik minat konsumen untuk datang berkunjung ke tempat tersebut sangatlah kurang hanya mengandalkan pesan elektronik dan brosur sebagai media promosi. Sebesar 40% responden menjawab sangat setuju akan lokasi *SIAM THAI SPA* ini, lokasi yang strategis dan berada di pusat kota itu sangat tepat dan mudah dijangkau oleh para konsumen yang ingin melakukan terapi. Hal ini akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk menarik para calon konsumen untuk datang berkunjung. Untuk kepuasan pelanggan para responden menjawab 33,33% setuju bahwa mereka sangat puas melakukan terapi di *SIAM THAI SPA* dan 13,33% responden yang menjawab tidak setuju atau tidak melakukan terapi di *SIAM THAI SPA* tersebut.

Berdasarkan fenomena di atas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Lokasi secara tidak langsung berperan penting dan bersinergi terhadap kepuasan pelanggan dan itu akan otomatis sejalan dengan harapan dan target yang diinginkan pemilik usaha. Dari rumusan masalah tersebut, peneliti

ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA “SIAM THAI SPA” PANGKALPINANG”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkatan kualitas pelayanan, harga, promosi, lokasi dan kepuasan pelanggan pada “*SIAM THAI SPA* Pangkalpinang”?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada “*SIAM THAI SPA* Pangkalpinang” ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada “*SIAM THAI SPA* Pangkalpinang” ?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada “*SIAM THAI SPA* Pangkalpinang” ?
5. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada “*SIAM THAI SPA* Pangkalpinang” ?
6. Apakah kualitas pelayanan, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh secara keseluruhan terhadap kepuasan pelanggan pada “*SIAM THAI SPA* Pangkalpinang” ?

### 1.3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah sangat diperlukan yakni untuk mempermudah dan menghindari kemungkinan terjadinya kesalahan dalam penafsiran judul. Penelitian ini hanya dibatasi pada kualitas pelayanan, harga, promosi, lokasi dan kepuasan pelanggan pada *SIAM THAI SPA Family Massage & Reflexology* Pangkalpinang.

### 1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang terdapat pada rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran tingkat kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang.
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang.
4. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang.
5. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang.
6. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang.



## **1.5. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep atau teori, menolong perkembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan yang berarti bagi pihak perusahaan, sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan perencanaan dan pengambilan keputusan strategis.

### **3. Manfaat Kebijakan**

Sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk memetamorfosis perusahaan menjadi perusahaan yang berinovasi dalam melengkapi persaingan bisnis yang ada.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB I      PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II     LANDASAN TEORI**

Bab ini mendeskripsikan mengenai konsep-konsep teoritis terkait permasalahan yang diambil, kerangka Pemikiran dan penelitian terdahulu.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi pendekatan penelitan, tempat dan waktu penelitian, definisi operasional dan pengukuran variable, teknik pengambilan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum dari perusahaan, data yang diperoleh, analisis data dan hasil analisis serta pembahasannya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan pembahasan skripsi serta saran dari penelitian.