

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bisnis kecantikan terus tumbuh positif seiring pertumbuhan pendapat masyarakat Indonesia. Bank Dunia menaikkan status Indonesia dari middle income country menjadi upper middle income country, tahun 2020. pendapatan nasional per kapita Indonesia naik menjadi USD 4.460 (Rp 66,7 juta). Sehubungan dengan meningkatnya pendapatan masyarakat Indonesia, trend belanja masyarakat telah bergeser, dimana belanja kebutuhan pokok atau retail tidak lagi menjadi yang utama, namun leisure atau pengalaman menjadi belanja yang paling besar dikeluarkan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Dalam hal ini bisnis kecantikan mendapatkan keuntungan dari pertumbuhan pendapatan nasional dengan bergesernya gaya belanja masyarakat Indonesia. Dampaknya industri bisnis klinik kecantikan di Indonesia bertumbuh dengan pesat setiap tahunnya, menurut Alfons (CEO Erha Clinic Indonesia), perkembangan industri perawatan kecantikan Indonesia mencapai angka 15%.

Selain klinik kecantikan bisnis salon kecantikan pun ternyata menjadi usaha yang dapat mendominasi pasar milenial. Bisnis salon kecantikan dapat dijadikan bisnis jangka panjang, yang dimana usaha jasa ini tak pernah lekang dimakan oleh waktu. Tumbuhnya kesadaran soal penampilan dan kemunculan media sosial turut membantu salon kecantikan tetap diminati oleh kalangan muda maupun tua. Di era modern seperti saat ini, penampilan yang baik dan menarik merupakan hal yang sangat penting bagi sebagian orang, baik wanita maupun laki-laki. Penampilan tidak hanya dilihat dari fasion saja melainkan dari cara seseorang merawat tubuhnya. Selain penampilan luar kesehatan wajah, tubuh, rambut dan kuku serta tangan juga menjadi hal yang perlu diperhatikan. Dengan memiliki kulit yang sehat, maka seseorang akan terlihat lebih segar dan cantik. Tak heran jika banyak wanita yang rela menghabiskan waktunya untuk pergi ke salon.

Realitanya Indonesia beriklim tropis dengan suhu panas biasanya kulit wajah mudah mengeluarkan minyak dan karna minyak yang berlebih itulah yang akhirnya membuat keluarnya jerawat. Selain panas Indonesia juga beriklim lembap yang akhirnya menyebabkan jerawat jadi semakin banyak. selain itu ancaman paparan polusi yang tinggi seperti asap kendaraan bermotor, debu, gaya hidup tidak sehat, stress, hingga faktor hormonal dapat menimbulkan kerusakan dalam kulit wajah. sengatan matahari yang semakin tinggi yang dapat berakibat memberikan efek buruk terhadap kesehatan, terutama bagi kulit yang merupakan organ tubuh yang paling banyak terekspos secara langsung ke udara dan matahari. Mulai dari kulit wajah serta masalah kulit lainnya sehingga kesehatan kulit baik tubuh maupun wajah perlu mendapatkan perawatan khusus.

Usaha salon kecantikan tak pernah kehilangan pesonanya. Salon merupakan tempat favorit untuk merawat dan menjaga penampilan. Hal yang umum apabila kaum hawa selalu merawat penampilann dan ingin selalu tampil cantik. Bisnis salon kecantikan bukan sekedar usaha pangkas rambut saja. Namun melayani segala yang berkaitan dengan kecantikan dan perawatan tubuh, mulai dari potong rambut, creambath, facial, rias wajah, pedicure, manicure, body spa, dan perawatan tubuh lainnya.

Kebutuhan wanita terhadap fasilitas kecantikan sekarang ini terus meningkat, karna wanita mulai menyadari pentingnya menjaga dan merawat kesehatan mulai dari perawatan rambut, perawatan wajah dan perawatan tubuh lainnya agar terlihat lebih cantik, menarik bahkan terlihat lebih sehat. Sekarang ini banyak tempat yang menawarkan perawatan kecantikan, seperti salon salah satu pilihan kaum wanita untuk mempercantik diri. Salon bukan sekedar untuk potong rambut atau melakukan perawatan kulit, tapi merupakan tempat bersantai, tempat untuk memanjakan diri dari aktivitas sehari-hari. Dalam hal ini konsumen harus lebih selektif untuk memilih tempat perawatan kecantikan mana atau salon seperti apa yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal inilah yang membuat bisnis ini menjadi semakin kompetitif, sehingga banyak perusahaan-perusahaan yang menawarkan jasa perawatan kecantikan seperti salon kecantikan khusus wanita Michika Salon.

Salah satu strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan bisnis adalah strategi dalam membangun citra perusahaan. Perusahaan dituntut untuk mampu membangun citra perusahaan yang baik dimata konsumen maupun masyarakat secara luas. Salah satu permasalahan yang sering terjadi didalam bisnis salon kecantikan yaitu tidak adanya kemampuan dalam membangun reputasi yang baik dimata masyarakat mulai dari penyalahgunaan izin usaha yang tidak sesuai dengan pengalaman serta keahlian di bidangnya. Dan produk yang digunakan tidak terdaftar dalam Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Tentu saja itu semua dapat merusak nama baik usaha salon kecantikan dan dalam hal ini salon kecantikan akan gagal membangun reputasi yang baik dimata konsumen dan masyarakatnya sehingga konsumen tidak percaya lagi untuk menggunakan jasa perawatan klinik kecantikan tersebut.

Selain citra perusahaan kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan diperoleh dari perbandingan antara jenis pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanannya dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Salah satu permasalahan yang terjadi didalam salon kecantikan dipandang dari sisi kualitas pelayanan adalah sikap karyawannya. Salon adalah tempat untuk memanjakan diri, konsumen yang berkunjung kesalon pasti menginginkan dirinya diperlakukan dengan baik dan dilayani dengan keramahan. Dengan begitu konsumen akan merasa nyaman, dihargai dan akan memutuskan untuk membeli produk itu lagi atau sebaliknya. Sehingga kualitas pelayanan yang baik sangat dibutuhkan dalam melakukan usana agar konsumen tertarik dan memutuskan pembelian lagi.

Word of mouth merupakan tindakan komunikasi antar individu maupun kelompok dalam merekomendasikan sebuah merek berdasarkan pengalaman

yang didapat setelah menggunakan produk atau jasa dari merek tersebut. Komunikasi personal dari mulut ke mulut dapat menjadi metode promosi yang efektif karena pada umumnya ini disampaikan langsung dari konsumen yang lebih dulu menggunakan merek tersebut dengan pengalaman dan tingkat kepuasan dapat menjadi pesan berantai yang bisa diterima oleh masyarakat lainnya. Tetapi word of mouth tidak hanya memberikan dampak positif melainkan bisa juga memberi dampak negatif karena pada umumnya konsumen lebih terbiasa menceritakan ketidakpuasan yang di rasa dari pada kepuasan yang di dapat. Hal tersebut tentu saja akan mempengaruhi persepsi calon pembeli bahwa perusahaan tersebut mempunyai reputasi yang buruk. Oleh karena itu untuk mengantisipasi terjadinya word of mouth yang tidak baik maka sebisa mungkin perusahaan harus menciptakan pelayanan yang sebaik mungkin agar tercipta kesan yang baik dimata konsumen. Sehingga konsumen secara tidak langsung akan menyampaikan pesan positif kepada calon pembeli lainnya mengenai perusahaan dan itu akan mempengaruhi perilaku calon pembeli terhadap keputusan pembelian yang akan di lakukan.

Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen mengambil keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut. Keputusan pembelian merupakan hal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dimana ketika konsumen melakukan keputusan pembelian ini bisa menjadi waktu berharga yang harus dimanfaatkan oleh penyedia produk atau jasa untuk membuktikan bahwa perusahaan mempunyai kelebihan yang bisa membuat konsumen merasa puas dan akan membuat konsumen semakin yakin untuk membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dari masalah diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh Citra perusahaan, kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada salon kecantikan khusus wanita Michika Rawamangun”

Berdasarkan perumusan masalah pokok yang telah disebut diatas, ditimbulkan uraian rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di salon Michika?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di salon Michika?
3. Apakah word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian di salon Michika?
4. Apakah citra perusahaan, kualitas pelayanan dan word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian disalon Michika?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian di salon kecantikan Michika.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di salon kecantikan Michika.
3. Untuk mengetahui pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian di salon Michika.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di salon Michika.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti  
Manfaat penelitian ini yaitu untuk menambah wawasan dan informasi yang berkaitan dengan citra perusahaaa, kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian bagi konsumen.
2. Bagi perusahaan  
Diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pihak perusahaan untuk merumuskan kebijakan pemasaran dan dapat

memberikan informasi pada perusahaan berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat melakukan evaluasi yang lebih baik.

3. Bagi ilmu pengetahuan

Memberikan kontribusi berupa pemahaman mengenai pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. Juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian teoritis dan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam menentukan keputusan pembelian konsumen.

