BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Meningkatnya perekonomian berimbas pada meningkatnya pertumbuhan bisnis di Indonesia. Pertumbuhan bisnis dalam beberapa tahun terakhir ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, tidak terkecuali pada bisnis jasa pemotongan rambut khusus pria. Melihat kondisi tersebut menyebabkan para pengusaha salon pria semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat. Kesuksesan suatu bisnis usaha tergantung pada ide, peluang, dan pelaku bisnis. Pelaku bisnis harus mampu menciptakan ide-ide baru agar dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen. Selain itu pelaku bisnis juga harus mampu untuk melihat peluang bisnis yang berkembang Aryo Bimo (2018).

Barbershop merupakan bisnis yang sedang meroket tak hanya di kota besar, di daerah-daerah kecil di beberapa provinsi bermunculan gerai-gerai tempat cukur rambut yang bergaya unik dan keren. Lokasinya pun tersebar mulai dari yang berada didalam mall hingga yang memiliki gerai khusus sendiri. *Barbershop* muncul menjadi sebuah tren dalam bidang gaya rambut pria dan juga bisnis. Namun persaingan di industri ini cukup ketat. Banyaknya jumlah *Barbershop* yang beredar membuat hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi orang yang memiliki atau ingin bergelut di industri ini.

Di kota Bekasi sendiri semakin marak dengan banyaknya *Barbershop* pria yang berdiri dan tersebar di wilayah Bekasi, namun tidak semua *Barbershop* pria di Bekasi banyak dikunjungi oleh pelanggan, karena hanya *Barbershop* tertentu saja yang di ketahui, di karenakan masih banyak *Barbershop* di kota Bekasi yang masih kurangnya informasi untuk pelanggan *Barbershop* (www.beritasatu.com).

Dalam hal ini loyalitas pelanggan memiliki peranan yang sangat penting dalam sebuah bisnis *Barbershop*.

Saat ini Lookit Barber telah memiliki 2 cabang salah satunya ada di daerah bekasi. Berikut adalah data pendapatan di Lookit Barber cabang Bekasi

NO	**HASIL PENDAPATAN**	
	BULAN	**PENDAPATAN**
1	APRIL	10.700.000
2	MEI	11.275.000
3	JUNI	11.400.000
4	JULI	11.770.000
5	AGUSTUS	10.250.000
6	SEPTEMBER	10.000.000

(Data Pendapatan Lookit Barber 2021)

Dari data diatas, Lookit Barber sendiri mengalami peningkatan pendapatan yang selalu bertambah dan cukup signifikan dari bulan April hingga bulan Juli. Tetapi pada bulan Agustus, pendapatan yang dihasilkan dari Lookit Barber mengalami penurunan hingga bulan September. Hal ini memunculkan berbagai spekulasi seperti kemungkinan citra merek yang diciptakan belum sesuai, kepercayaan pelanggan yang mulai memudar dan promosi dari mulut ke mulut yang kurang sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan mulai menurun.

Loyalitas Pelanggan menurut Priansa (2017:216) merupakan komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, yang tercermin dari sikap yang sangat positif dan wujud perilaku pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen secara konsisten.Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, faktor-faktor tersebut terdiri dari Citra Merek, Kepercayaan, *Word Of Mouth*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pindari, R. A., & Harti, H. (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Dan *Word Of Mouth*

Terhadap Loyalitas Merek Pada Klinik Kecantikan Nanisa Jombang" dapat diambil kesimpulan yaitu Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada klinik kecantikan Nanisa Jombang. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwandi, S., Sularso, A., & Suroso, I. (2015) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres Di Kantor Pos Bondowoso Dan Situbondo" yaitu Citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Kantor Pos Bondowoso dan Situbondo. Hal ini berarti bahwa citra merek yang dipersepsikan baik (meningkat) oleh pelanggan, tidak dapat secara serta merta dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, begitu juga sebaliknya penurunan persepsi pelanggan atas citra merek tidak serta merta dapat menurunkan loyalitas pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan" dapat diambil kesimpulan yaitu Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erwin & Tumpal J. R. Sitinjak (2017) dalam penelitiannya yang berjudul "Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen" yaitu Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.Dengan demikian JNE diharapkan dapat lebih berfokus pada faktor lainnya seperti Brand Image.

Penelitian ini adalah pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aprilia Cahyaning Utami & Masreviastuti (2018) dengan judul "Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bebek Sinjay Bangkalan". Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penambahan satu variabel independen lainnya yakni *Word Of Mouth.* Selain itu dalam penelitian ini objek dan fokus penelitiannya terdapat pada Konsumen Lookit Barber.

Berdasarkan uraian diatas serta hasil penelitian terdahulu yang telah dikemukakan, maka penelitian ini diberikan judul **"Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber)"**

1.2 Rumusan Masalah

Lookit Barber merupakan usaha yang bergerak di bidang perawatan rambut, permasalahan terjadi karena jumlah pelanggan yang cenderung berubah fluktuatif sehingga pendapatan cenderung berubah. Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan model peningkatan kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Lookit Barber. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen Lookit Barber.
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen Lookit Barber.
3. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen Lookit Barber.
4. Apakah Citra Merek, Kepercayaan dan *Word Of Mouth* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Lookit Barber.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Lookit Barber.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Lookit Barber

3. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Lookit Barber.
4. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan *Word Of Mouth* secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen Lookit Barber.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai Citra Merek, Kepercayaan dan *Word Of Mouth* terhadap loyalitas pelanggan serta sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.
2. Bagi Unit Usaha, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan *Word Of Mouth* terhadap loyalitas pelanggan Lookit Barber sehingga dapat menjadi masukan bagi unit usaha Lookit Barber untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan.