

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan di bidang jasa tidak terlepas dari berbagai perubahan faktor lingkungan yang menjadi *trigger factors*, diantaranya adalah meningkatnya kebutuhan, keinginan bahkan harapan pelanggan menginginkan jasa yang dapat memberikan solusi (*problem solving*). Jika perusahaan dapat memenuhi apa-apa yang diharapkan oleh konsumen maka pelanggan akan mau membayar dengan harga premium yang tentunya berdampak pada peningkatan profit. Perubahan yang terjadi pada pelanggan tidak terlepas dari perubahan faktor ekonomi, sosial dan budaya yang menyebabkan pola konsumsi pelanggan semakin beragam dan mementingkan aspek kenyamanan. Meningkatnya keuntungan perusahaan yang bergerak dibidang jasa, telah mendorong banyak pelaku bisnis untuk memasuki pasar, sehingga tingkat persaingan menjadi sangat tajam.² Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa memiliki banyak arti, dari mulai pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Jasa pada dasarnya merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan,

² Rambat Lupiyoadi, *Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa*, *Repository.ut.ac.id*, hal.1-40. Diakses pada 5 November 2024.

kesenangan, atau kesehatan) atau pemecah atas masalah yang dihadapi konsumen.³

UMKM memiliki keunggulan pemberian nilai tambah pada berbagai sektor, terutama sektor jasa. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, peluang munculnya UMKM sektor jasa menjadi lebih besar. Ditambah bahwa jumlah penduduk Indonesia cukup besar dan terus tumbuh. Salah satu Usaha UMKM dalam sektor jasa yaitu *barbershop* atau pangkas rambut khusus laki-laki. *Barbershop* merupakan sebuah inovasi atau perkembangan dari fashion, dimana dulunya *barbershop* sering disebut dengan tukang cukur atau pangkas rambut. Berbeda dengan salon, *barbershop* memiliki suasana yang lebih maskulin dibanding salon yang memiliki suasana lebih feminim. Suasana maskulin dibentuk dengan desain interior dan eksterior yang bertema pria, tukang cukur juga pria dan hanya menerima konsumen dengan model cukur pria.⁴

Barbershop pada dasarnya sama dengan pangkas rambut tradisional, namun fasilitas yang diberikan berbeda. Pelanggan *Barbershop* akan merasakan suasana yang nyaman dengan fasilitas yang diberikan, seperti ruangan ber-AC, disediakan majalah saat menunggu, peralatan mesin yang canggih, ruangan yang aesthetic dan lainnya. Dengan semakin baiknya fasilitas yang diberikan *barbershop* akan dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan. Beberapa hal lain

³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal.6

⁴ Bagus Yurico, et. All., Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Barbershop Den Bagoes. (Tanggul Jember: *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2022, hal. 2292.

yang membedakan *barbershop* dengan tempat pangkas rambut biasa yakni pangkas rambut biasa umumnya hanya menyediakan jasa potong rambut saja, sedangkan *barbershop* tidak hanya menyediakan jasa potong rambut saja, akan tetapi juga menyediakan jasa pijat refleksi, cuci rambut, *treatment*, *facial*, dan *hair color*. Sehingga semakin banyak penawaran jasa yang diberikan *barbershop* dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM *barbershop*. *Barbershop* melayani kebutuhan bagi pria untuk merawat diri mereka sendiri, dan *barbershop* menawarkan solusi bagi pria untuk mengejar gaya rambut ideal mereka. Target pasar usaha *barbershop* yaitu pelanggan dengan model rambut pria saja. Jasa ini tidak mengkhususkan terhadap umur dan profesi, *barbershop* terbuka untuk semua kalangan, mulai dari anak-anak, pelajar, remaja, hingga yang lanjut usia. *Barbershop* menawarkan layanan potong rambut dengan kualitas bintang lima namun harga terjangkau.⁵

Harga menjadi salah satu faktor penentu atau pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pasca pembelian, karena pada dasarnya konsumen tidak akan mau menggunakan suatu produk apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat yang didapatkannya.⁶ Tarif harga pada jasa pangkas rambut disesuaikan dengan kisaran pribadi atau dengan harga dipasaran yang dapat diketahui dari penentuan

⁵ Jergian Jodi, Telaah Historis Atas perkembangan Tukang pangkas rambut di kabupaten jemmer tahun 1970-2005. *digilib.uinkhas.ac.id*, 2020, hal. 1-101. Diakses 5 November 2024

⁶ Nyanyu Febiany., & Erny Melina, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Konsumen pada Axel Barbershop. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2022, hal.114-115.

organisasi/komunitas *barbershop* di Tulungagung yang dilakukan melalui perkumpulan antara tiap pelaku usaha pangkas rambut.⁷

Fasilitas dapat dilihat langsung oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi yang menarik dan terawat. Desain dan *layout* tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi konsumen. Dalam hal ini, fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Sehingga, saat fasilitas yang disediakan telah sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasakan kepuasan. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan transaksi.⁸ Ada bermacam-macam konsep desain dan *layout* yang digunakan pada ruang *barbershop*. Beberapa konsep dekorasi yang sering digunakan ialah konsep desain *vintage* atau *retro* dengan memakai dinding susunan bata merah, lantai bergambar ukir, lampu tidak bewarna putih dengan bernuansa hangat, konsep minimalis dengan ruang kecil namun terkesan luas, serta konsep gaya modern dengan furniture warna senada. Dengan menerapkan penggunaan konsep pada ruang akan menjadikan pelanggan lebih mudah untuk mengingat ciri khas *barbershop* serta menjadikan pembeda dari *barbershop* lainnya.

⁷ Hermawan, Owner Sheo Barbershop, Wawancara, Sumberejo Kulon: 23 Desember 2024.

⁸ G. Widyastana J, dan N.N.Yulianthini, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tri Jay's Salon dan Spa Di Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 2022, hal.464.

Kualitas pelayanan yang tinggi adalah salah satu kunci keberhasilan dalam persaingan bisnis, karena kualitas pelayanan yang bagus menunjukkan produktifitas dan kemampuan menghasilkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya pengertian kualitas pelayanan merupakan penilaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Perusahaan akan sangat beruntung apabila dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen atas produknya. Hal tersebut merupakan informasi yang sangat berharga yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap perusahaannya. Selain itu juga berguna bagi perusahaan untuk memahami dan kemudian berusaha untuk memenuhi semua keinginan konsumen.⁹ *Barbershop* dapat dinilai memiliki kualitas pelayanan yang baik dilihat dari tempat yang bersih nyaman, peralatan perawatan rambut yang lengkap dan layak, skill yang dimiliki sesuai dengan kualitas hasil pangkas.

Kepuasan konsumen penting bagi perusahaan, karena kepuasan konsumen sangat mempengaruhi pendapatan perusahaan. Jika konsumen puas dengan layanan yang diberikan perusahaan maka konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan. Maka manfaat kepuasan konsumen dan kualitas jasa adalah mengamankan pelanggan dari persaingan, dapat menciptakan keunggulan yang berkelanjutan, mengurangi biaya kegagalan, menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru, meningkatkan atau mempromosikan cerita positif dari mulut ke mulut, mendorong pelanggan kembali dan mendorong

⁹ Nenny Octarinie, Pengaruh Kualitas Pelayanan Barbershop Terhadap Kepuasan Konsumen Memilih Barbershop (Studi pada Konsumen Balaputra Barbershop Palembang), 2020, *jurnal.unpal.ac.id*. Diakses 6 November 2024.

loyalitas.¹⁰ Dalam menciptakan kepuasan konsumen, setiap *barbershop* memiliki cara yang berbeda-beda seperti misalnya memberikan promo harga, melakukan komunikasi yang konsisten untuk membangun loyalitas konsumen, menciptakan suasana menarik, menjaga kebersihan dan sterilitas alat.

Usaha jasa pangkas rambut/ *barbershop* di kota Tulungagung saat ini mengalami perkembangan yang diketahui dengan meningkatnya jumlah bisnis salon pria yang berkembang dari sebelumnya. Konsumen juga menjadi lebih selektif dalam memilih *barbershop* terbaik untuk mempercayakan penampilannya. Melihat kondisi tersebut membuat para pengusaha pangkas rambut laki-laki semakin dituntut untuk memiliki strategi yang tepat guna membuat pelanggannya merasa puas dan tetap bisa mempertahankan usahanya di tengah persaingan.¹¹ Untuk memudahkan tiap pelaku usaha pangkas rambut *barbershop* dalam memperoleh informasi serta dukungan dalam menghadapi tantangan, di Tulungagung terdapat komunitas *barbershop* yang bernama KOSBATA (Komunitas Sedulur Berbershop Tulungagung). Komunitas ini terbentuk pada tahun 2018 yang didirikan oleh beberapa orang yakni Rudi, Paulo, Zainu, Taplak, Hermawan, Jeffry, Rendy, Wisma, dan Krisna. Saat ini terdapat 150 anggota pelaku usaha *barbershop* yang bergabung untuk dapat mengikuti kegiatan *choaching clinic*/pelatihan dunia salon pria, seminar dunia bisnis, bakti sosial, maupun sekedar ngopi bersama. Pertemuan kumpul

¹⁰ Yassir, Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, *Economics and Digital Business Review*, 2020,hal.161-162.

¹¹ Rafiqul Ghozali, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelanggan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Bintang Barbershop Di Tulungagung 2021. *SENMEA*, 2021, hal.1121

komunitas dilakukan kapan saja, untuk kegiatan rutin diadakan setiap 3 bulan sekali. Lokasi tempat berkumpul KOSBATA tidak menentu yang biasanya dilakukan di café, warkop maupun gedung. Alasan dibentuknya komunitas tersebut karena ingin membentuk wadah untuk mengumpulkan tiap pelaku bisnis *barbershop* agar tercapai tujuan untuk mengkompakan dan kerukunan antar pelaku bisnis. Motivasi organisasi ingin membuat rasa kompak dan memajukan dunia *barbershop* di Tulungagung. Manfaat mengikuti organisasi ini untuk menambah koneksi jaringan pertemanan, bertukar pengalaman, mengembangkan ilmu maupun belajar skill baru.¹²

Bisnis *barbershop* di Kota Tulungagung khususnya kecamatan Ngunut memiliki tingkat atau level dari yang rendah hingga yang tinggi. Tingkatan level mengacu pada pengalaman dan keahlian seorang *barberman* dari pengalaman, kemampuan, dan kepercayaan diri dalam menangani berbagai gaya rambut. Meskipun tingkatan tukang cukur lebih fokus pada pengalaman individu, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi level sebuah *barbershop* secara keseluruhan yakni kualitas pelayanan, kemampuan untuk mengikuti tren, strategi pemasaran, profesionalisme tukang cukur. Hal tersebut ditujukan untuk setiap konsumen untuk membantu memilih barber yang sesuai kebutuhan, dan persepsi tingkat standart tersendiri. Selain itu di setiap *barbershop* juga memiliki konsep atau tema yang berbeda, masing-masing dari mereka memiliki strategi dan tujuan pasar yang berbeda. Konsumen akan memilih *barbershop* yang sesuai dengan kriteria dan budget mereka. Maka seperti yang sudah dijelaskan,

¹² Hermawan, Owner Sheo Barbershop, Wawancara, Sumberejo Kulon: 19 Januari 2025.

banyaknya layanan jasa *barbershop* di Kota Tulungagung khususnya kecamatan Ngunut sesuai dengan banyaknya minat konsumen yang memiliki standart, persepsi, serta keinginan yang berbeda-beda.

Sheo Barbershop merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa yang berdiri dan berkembang sejak tahun 2018. Sheo Barbershop beralamat di desa Sumberejo Kulon, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Sheo Barbershop dikenal sebagai ahli pangkas rambut dengan berbagai model gaya rambut, selain itu jasa yang ditawarkan antara lain keramas dan pewarnaan rambut. Mayoritas konsumen yang dilayani adalah laki-laki dari semua usia mulai balita, anak-anak, dewasa hingga orang tua. Dengan dilayani 3 tukang cukur Sheo Barbershop mampu melayani 30 an pelanggan dalam sehari pada kisaran waktu 8 jam kerja. Seiring meningkatnya permintaan layanan potong rambut dan persaingan semakin ketat mendorong Sheo Barbershop untuk terus memantau serta menetapkan harga yang kompetitif, menyediakan fasilitas memadai, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Pemantauan harga yang dilakukan Sheo Barbershop dilakukan untuk memastikan apakah harga yang ditawarkan sudah sepadan dengan fasilitas serta layanan yang diberikan. Pemberian fasilitas yang memadai pada Sheo Barbershop seperti ruang tunggu yang nyaman, peralatan modern, area parkir yang aman guna meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen. Kualitas pelayanan pada Sheo Barbershop dilakukan dengan berbagai kemampuan seperti keramahan barberman, keahlian barberman, kecepatan layanan, serta kemampuan memberikan konsultasi gaya rambut serta kelengkapan layanan tambahan seperti hairwash maupun penataan

rambut, hal tersebut guna menjaga standar pelayanan tinggi agar lebih mudah mempertahankan pelanggan. Selain itu studio Sheo Barbershop juga menjual beberapa produk perawatan rambut seperti pomade, vitamin rambut, pewarna rambut. Pembeda Sheo Barbershop dengan *barbershop* lain yaitu memiliki tawaran layanan reservasi tempat “Boking Aja” yang mengedepankan nilai tambah dari segi kualitas dan kenyamanan konsumen.¹³

Tabel 1.1

Data pengunjung Sheo Barbershop pada bulan Agustus-Desember 2024

NO	Bulan	Rata-rata konsumen/hari	Jumlah konsumen/bulan
1.	Agustus	25 orang/hari	650
2.	September	30 orang/hari	780
3.	Oktober	25 orang/hari	650
4.	November	15 orang/hari	390
5.	Desember	20 orang/hari	520

Dilihat dari tabel di atas, terlihat pengunjung Sheo Barbershop tergolong ramai. Namun pada bulan akhir tahun terlihat mengalami penurunan dikarenakan cuaca musim hujan. Cuaca dapat mempengaruhi jumlah aktivitas kunjungan atau pembelian yang menjadi kurang menarik dan membuat berkurangnya keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian produk/jasa di luar. Cuaca dapat mempengaruhi perilaku konsumen mengenai *mood* atau suasana hati seseorang untuk tetap berada di rumah, jika seseorang sedang

¹³ Hermawan, Owner Sheo Barbershop, Wawancara, Sumberejo Kulon: September 2024.

memiliki suasana hati yang baik, maka cenderung lebih banyak melakukan aktivitas.¹⁴

Banyaknya *barbershop* yang muncul maka semakin ketat persaingan yang terjadi antara para pelaku bisnis jasa pangkas rambut ini. Dalam persaingan bisnis tersebut Sheo Barbershop melakukan upaya dalam meningkatkan kepuasan konsumen dari segi harga yang sesuai, kelengkapan fasilitas serta kualitas pelayanan jasa yang disediakan. Dalam penentuan harga Sheo Barbershop tidak sembarangan, penetapan maupun perubahan harga dilakukan dengan *competitor research* untuk melihat bagaimana pesaing melakukan penetapan harga dan membandingkannya. Penetapan harga dapat berdampak pada lingkup persaingan, setiap perubahan yang dilakukan terutama jika menurunkan harga maka dapat berdampak langsung pada laba usaha sejenis di industri bisnis jasa. Ketika menaikkan harga Sheo Barbershop yakin akan kesetaraan harga sudah sesuai dengan layanan jasa yang diberikan, sehingga walau masih ada pesaing yang harganya lebih murah tidak membuat sheo barbershop ragu karena telah meningkatkan kualitas yang diberikan. Hal tersebut dilakukan untuk dapat melihat dengan mudah penjualan yang kurang bagus dan harga adalah penyebab kerugian yang terjadi. Penyesuaian harga dengan meningkatkan kualitas dari kelengkapan fasilitas ruang yang disediakan maupun alat-alat yang digunakan serta pelayanan yang diberikan. Berhasil atau tidaknya upaya yang dilakukan dapat dilihat dari kepercayaan konsumen yang merasakan

¹⁴ Ahmad Abdurrahim, & Arif Hartono, Pengaruh Cuaca Terhadap Perilaku Belanja Konsumen Minimarket: Studi Pada Minimarket Indonesia. *Jurnal Ekombis Review*, 2022, hal.1110.

kepuasan sehingga menciptakan konsumen yang loyal, untuk itu perlu diketahui seberapa berpengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen terhadap kepuasan yang dirasakan.

Alasan peneliti melakukan penelitian pada studio pangkas rambut Sheo Barbershop mengenai harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan adalah untuk memahami bagaimana ketiga variabel tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas dan keberhasilan bisnis barbershop. Perkembangan yang bagus pada sheo barbershop yang dilihat dari awal buka di satu ruang kecil dan belum memiliki karyawan yang kemudian berkembang menjadi ruang yang cukup luas dengan memiliki karyawan, serta pelanggan yang tergolong sangat ramai. Namun disisi lain terdapat masalah dimana masih terdapat bisnis serupa terutama yang masih pemula sudah tidak melanjutkan bisnisnya dikarenakan sepi pelanggan. Hal ini dapat dikarenakan dari fenomena perilaku konsumen dalam memilih dan mempertimbangkan penggunaan jasa pangkas rambut modern atau barbershop. Permintaan jasa pangkas rambut modern yang semakin meningkat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih jasa yang sesuai ekspektasi mereka. Konsumen semakin selektif dalam memilih dan mempertimbangkan harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan.¹⁵ Harga yang wajar dan adil, fasilitas yang sesuai serta berguna bagi konsumen, dan kualitas pelayanan yang baik akan menjadikan konsumen merasa puas. Beberapa faktor lain yang membuat pelanggan enggan

¹⁵ Billy Hambarto, Studi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Barbershop Di Surabaya Timur. *SNIT*, 2020, hal.1-5.

memilih suatu jasa seperti lokasi kurang strategis, ketidaksesuaian harga dengan hasil yang didapat, tidak adanya pembeda dari barbershop lain, pelayanan tidak sesuai ekspektasi. Dari hal tersebut dalam melakukan pemasaran jasa penting untuk memahami perilaku konsumen dalam menciptakan kepuasan pemakaian produk/jasa. Penulis berminat meneliti salah satu *barbershop* untuk melihat seberapa besar pengaruh dari harga, fasilitas dan layanan yang diberikan sehingga membuat konsumen puas dan membuat konsumen untuk berminat datang kembali, konsumen akan kembali berkunjung dalam kisaran 1-3 bulan sekali.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rafiqul Ghazali yang menganalisis mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Bintang Barbershop Tulungagung menyatakan jika harga dengan signifikan pada kepuasan pelanggan, artinya harga merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen.¹⁶ Penelitian Enjel Zetta Rikardo Nababan dan Agus Rahmadsyah yang meneliti pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas dengan kepuasan konsumen.¹⁷ Penelitian oleh Rizky Ardiana Sukmawan dan Bangun Putra Prasetya yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan terdapat

¹⁶ Rafiqul Ghazali, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Bintang Barbershop Di Tulungagung 2021, *SENMEA*, 2022, hal.1121-1127.

¹⁷ Enjel Nababan & Agus Rahmadsyah, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Classic Barbershop Menteng Raya. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 2024, Hal. 186-196.

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, artinya kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting dalam strategi pemasaran jasa yang dapat mempengaruhi konsumen.¹⁸

Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen hierarki kebutuhan Maslow adalah teori psikologi oleh Abraham Maslow yang beranggapan bahwa kebutuhan-kebutuhan di tingkat rendah harus terpenuhi atau paling tidak cukup terpenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan tingkat lebih tinggi menjadi motivasi.¹⁹ Selain itu juga menggunakan teori perilaku konsumen nilai guna (*utility*) yang merupakan kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang. Jika kepuasan itu makin tinggi, maka makin tinggi pula nilai guna (*utility*-nya).²⁰

Berdasarkan paparan di atas maka penulis mengangkat judul penelitian:

PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STUDIO SHEO BARBERSHOP SUMBEREJO KULON KECAMATAN NGUNUT KABUPATEN TULUNGAGUNG.

¹⁸ Rizky Sukmawan, Bangun Prasetya, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rony Barbershop Bantul . *Journal Economic Excellence Ibnu Sina* , 2024, hal.44-55

¹⁹ Rudy Irwansyah, et. all., *Perilaku Konsumen*. (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021) hal.6

²⁰ Raja Hardiansyah & Anggia Putri, *Pengantar Ekonomi Mikro*. (Sumatra Barat: insan cendekia mandiri, 2021) hal.37

B. Identifikasi Masalah

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berkaitan. Beberapa masalah yang dapat berkaitan dengan kepuasan konsumen antara lain harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diidentifikasi suatu permasalahan yaitu:

1. Harga berperan penting terhadap kepuasan konsumen, karena banyak konsumen yang menganggap harga jasa pangkas rambut di Sheo Barbershop termasuk murah namun ada beberapa pelanggan yang menganggap harga jasa tersebut tergolong mahal. Penetapan harga yang berbeda-beda berdasarkan situasi dan kondisi terkadang dapat menimbulkan permasalahan.
2. Fasilitas memiliki peran penting terhadap kepuasan konsumen, karena jika fasilitas yang diberikan kurang memadai bisa menimbulkan masalah ketidaknyamanan konsumen.
3. Kualitas pelayanan memiliki peran penting terhadap kepuasan konsumen, karena jika pelayanan kurang nyaman misalnya obrolan antar barberman yang diangkap tidak wajar memungkinkan mengurangi kepuasan konsumen. Antrian panjang juga dapat mengurangi kepuasan karena lamanya waktu tunggu.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka muncul rumusan masalah dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Sheo Barbershop Sumberejo Kulon?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Sheo Barbershop Sumberejo Kulon?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Sheo Barbershop Sumberejo Kulon?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Sheo Barbershop Sumberejo Kulon?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Sheo Barbershop Sumberejo Kulon.
2. Untuk menguji pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Sheo Barbershop Sumberejo Kulon.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Sheo Barbershop Sumberejo Kulon.
4. Untuk menguji pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sheo Barbershop Sumberejo Kulon.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil yang diharapkan melalui penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai penguat diantara teori-teori mengenai perilaku konsumen, khususnya pada kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan bisa memberikan manfaat serta masukan bagi pihak pengusaha terhadap pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada studio pangkas rambut Sheo Barbershop Sumberejo Kulon, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Serta informasi yang dihasilkan dapat digunakan dalam perencanaan strategi usaha jasa untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Bagi Instansi

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu dan menambah referensi di kampus UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung khususnya pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Dan Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dalam bidang yang serupa.

d. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu memberi tambahan informasi kepada para konsumen yang merasakan hasil dari layanan jasa yang dipakai dari jasa pangkas rambut Sheo Barbershop di Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung.

F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang dibahas pada penelitian ini adalah:

- a. Variabel bebas meliputi: Harga (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3)
- b. Satu variabel terikat, Y adalah kepuasan konsumen

2. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini pasti ada beberapa kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan peneliti. Untuk itu perlu diperhatikan bagi pembaca untuk lebih menyempurnakan penelitian ini karena memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penelitian kedepannya.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti maka diperlukan adanya penegasan istilah agar lebih jelas terarah:

1. Secara Konseptual

a. Harga

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.²¹

b. Fasilitas

Fasilitas merupakan sarana untuk memudahkan konsumen dalam jasa suatu perusahaan dan pemberian fasilitas yang memadai dapat membantu ketertarikan konsumen pada setiap situasi untuk melakukan pembelian.²²

c. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah mutu layanan yang diberikan kepada pelanggan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Mutu pelayanan dilakukan oleh karyawan ataupun sarana pendukungnya, seperti kondisi gedung, layout ruangan, ketersediaan peralatan, dan lingkungan dimana tempat melayani pelanggan.²³

d. Kepuasan konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah

²¹ Fandy Tjipto, *Strategi Pemasaran edisi 4* (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2015), hal.279

²² Purnomo, et.all, *Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel*. (Nganjuk: Adjie Media Nusantara, 2020), hal.22

²³ Kasmir, *Pengantar Metodologi Penelitian*. (Depok: PT Raja Grafindo Persada,2022), hal.49

harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

2. Secara Operasional

a. Harga

Harga menjadi atribut alat tukar dalam bentuk uang rupiah ketika melakukan transaksi pembelian produk maupun jasa yang dapat digunakan oleh konsumen untuk bahan pertimbangan saat memilih produk atau jasa.

b. Fasilitas

Fasilitas yakni sarana yang dibutuhkan dan dapat digunakan seseorang untuk memperlancar suatu kegiatan. Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan dibutuhkan konsumen untuk membentuk perasaan yang baik terhadap suatu usaha.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yakni cara-cara yang dimiliki setiap perusahaan yang ditujukan kepada konsumen untuk menciptakan keunggulan usaha dan memenuhi harapan konsumen.

e. Kepuasan Konsumen

Penilaian serta evaluasi baik produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

H. Sistematika Skripsi

Adapun sistematika dalam penyajian penelitian yang terdapat beberapa bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Berisi tentang gambaran secara singkat mengenai apa yang akan dibahas dalam penelitian ini dan merupakan bagian awal dari skripsi yang terdiri dari latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian, kegunaan dilakukannya penelitian, ruang lingkup dan batasan dalam penelitian dan sistematika penulisan skripsi. Pada bab ini berisi mengenai alasan mengapa peneliti mengambil judul dan apa tujuan dari penelitian yang dilakukan.

Bab II Landasan Teori

Membahas mengenai penertian maupun penjelasan terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen sekaligus referesi dari penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian

Berisi penjabaran mengenai metode penelitian yang terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, populasi penelitian, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian yang digunakan dalam memperoleh data penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian

Membahas dan menguraikan hasil penelitian meliputi deskripsi data untuk masing-masing variabel dan pengujian hipotesis yang menjelaskan tentang temuan penelitian untuk masing-masing variabel.

Bab V Pembahasan

Menjelaskan jawaban atas rumusan masalah, hasil temuan dan analisis yang telah dilakukan kemudian dijelaskan mengenai kebijakan yang dapat dibuat untuk mengatasi permasalahan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Menguraikan tentang kesimpulan penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis data dari hasil penelitian, adapun saran ditujukan kepada pihak barbershop maupun pihak lain yang ingin mengembangkan atau mengadakan penelitian lanjutan.