BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Seiring dengan kemajuan jaman dan makin meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka gaya hidup masyarakat pun akan semakin berkembang dan bervariasi. Fenomena ini dapat dijumpai di masyarakat seperti gaya hidup suka belanja di mall-mall, gaya hidup membeli produk-produk impor, maupun gaya hidup berlibur ke mancanegara dan lain-lain. Perubahan gaya hidup masyarakat tersebut mengindikasikan kesejahteraan masyarakat semakin meningkat.

Salah satu gaya hidup yang sedang tren di kota-kota besar adalah gaya hidup untuk memperindah penampilan. Saat ini banyak orang berlomba-lomba untuk memperbaiki penampilan yang salah satunya dapat diperoleh dengan cara mengubah warna rambut menjadi lebih menarik. Karena alasan inilah merupakan "segmen baru" yang akan selalu menarik untuk terus dilirik dan dibidik (Kompas, 25 Agustus 2006). Di kalangan pebisnis juga mulai muncul anggapan bahwa yang berpenampilan menarik dinilai akan lebih berhasil dari pada yang kurang memperhatikan terhadap penampilannya.

Kebutuhan penampilan yang sempurna merupakan sebuah tuntutan masyarakat dimana salah satunya dengan melakukan perwarnaan rambut menjadi lebih modern. Tidak peduli dengan biaya yang mahal, asal pelayanan dan hasilnya memuaskan maka pelanggan akan rela mengeluarkan uang ratusan ribu bahkan jutaan rupiah. Hal ini mengindikasikan masyarakat semakin peduli dengan penampilan rambut dengan warna. Gaya hidup seperti ini dapat ditemui di kota-kota besar.

Sebagaimana pendapat **Assael (1992:232)** bahwa gaya hidup didefinisikan secara luas sebagai gaya hidup yang diidentifikasikan dengan bagaimana orang-orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas-aktivitas), apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (opini-opini). Pendapat ini menjelaskan bahwa perilaku menjelaskan gaya hidup seseorang. Gaya hidup seseorang berhubungan dengan aktivitas yang dilakukan sehingga untuk mempertahankan gaya hidup ini maka konsumen akan mempertahankan perilakunya termasuk perilaku pembelian.

Dalam mempertahankan perilaku pembelian sehingga gaya hidup konsumen masih bisa dipertahankan maka konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang dibeli. Menurut **Dutka (1994:41)** secara universal evaluasi keputusan konsumen terhadap suatu produk atau jasa mengacu pada atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen yang dapat di kelompokkan dalam faktor-faktor sebagai berikut, yaitu; atribut yang berhubungan dengan produk, yang meliputi: hubungan harga-nilai, mutu produk, ciri-ciri produk, desain produk, macam produk atau jasa, manfaat produk, kehandalan dan konsistensi produk; atribut yang berkaitan dengan layanan, yang meliputi: garansi atau jaminan, pegiriman, penanganan keluhan, dan pemecahan masalah; atribut yang berkaitan dengan pembelian, yang meliputi: kesopanan, komunikasi, kemudahan memperoleh produk, reputasi perusahaan, dan kemampuan perusahaan.

Atribut pembentuk kepuasan sangat penting pada sebuah produk atau jasa yang dihasilkan, karena atribut pembentuk kepuasan yang melekat pada sebuah produk atau jasa yang tidak sesuai dengan kosumen akan mengakibatkan konsumen beralih ke produk lain yang sejenis dan pada akhirnya kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut akan

semakin berkurang sehingga akibatnya kelangsungan hidup perusahaan akan terancam. Oleh karena itu, hal ini harus menjadi perhatian utama bagi perusahaan-perusahaan untuk melihat atribut pembentuk kepuasan yang sudah di hasilkan. Kepuasan sendiri juga merupakan alat bagi perusahaan untuk menciptakan nilai konsumen yang tinggi, karena itu konsumen perlu merasakan atau mengalami terlebih dahulu fitur produk atau jasa ini (**Ferrinadewi, 2005**).

Pembelian ulang didefinisikan sebagai perilaku konsumen yang hanya membeli sebuah produk atau jasa secara berulang-ulang, tanpa menyertakan aspek perasaan di dalamnya (**Dharmmesta, 1999**). Gaya hidup dan kepuasan konsumen mendorong konsumen untuk mempertahankan perilaku pembelian yang dilakukan (**Hendrawan, 2005:16**). Mempertahankan perilaku pembelian berarti konsumen akan terus mengulang pembelian, sehingga dengan kata lain bisa dinyatakan bahwa gaya hidup menyebabkan pembelian ulang karena konsumen berusaha mempertahankan status sosialnya di masyarakat. Demikian halnya dengan kepuasan konsumen juga menyebabkan pembelian ulang karena setiap produk atau jasa yang dapat memuaskan konsumen mendorong keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Dari penjelasan di atas sangatlah penting untuk mengamati gaya hidup dan menciptakan kepuasan konsumen yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat menimbulkan pembelian ulang dari konsumen dan pada akhirnya perusahaan dapat terus *exist* di kalangan masyarakat.

Gaya hidup dan kepuasan konsumen bisa menyebabkan pembelian ulang juga berlaku pada jasa salon kecantikan. Bisnis salon berkembang

sangat pesat dilihat dari banyaknya jumlah salon yang ada di berbagai kota termasuk Surabaya. Berikut disajikan data jumlah salon di Surabaya:

Tabel 1.1.

Jumlah Salon Kecantikan di Surabaya

Lokasi	**Jumlah salon kecantikan**
Surabaya Pusat	86 Salon kecantikan
Surabaya Timur	33 Salon kecantikan
Surabaya Utara	2 Salon kecantikan
Surabaya Selatan	16 Salon kecantikan
Surabaya Barat	22 Salon kecantikan
Jumlah Keseluruhan	**169 Salon kecantikan**

Sumber: http://www.surabayatourism.com/det_hiburan.php?ID=25&lang=1

Jumlah di atas belum termasuk salon yang belum terdaftar dalam www.surabayatourism.com, sehingga secara keseluruhan jumlahnya jauh lebih besar. Terdapat empat salon kecantikan yang digolongkan besar di Surabaya dilihat dari jumlah cabangnya yaitu:

Tabel 1.2.

Salon Kecantikan Yang tergolong Besar di Surabaya

Salon	**Lokasi**
Johnny Andrean	Jl. Kartini 16
	Plaza Surabaya Jl. Pemuda
	Jl. Rungkut Mapan TimurVI EF
L'Frans	Jl. Kartini 56
	Kompl.Pasar AtomTahap V Lt. II 20-23
	Jl. Makam Peneleh
	Jl. Tenggilis Mejoyo G/ 3-6
Nur Pacific	Jl. Walikota Mustajab
	Jl. Raya Gubeng 37
	Jl. Adityawarman 56
Rudi Hadisuwarno	Surabaya Plaza Jl. Pemuda 31-37
	Kompl. Mall Galaxy Lt. I – 122

Sumber: http://www.surabayatourism.com/det_hiburan.php?ID=25&lang=1

Dari data diatas peneliti memilih Salon Johnny Andrean di Plasa Surabaya sebagai obyek penelitian. Salon Johnny Andrean memberikan layanan yang beragam sehingga bisa menarik banyak konsumen karena bisa memberikan banyak alternatif bagi konsumen. Berbagai layanan yang diberikan oleh Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya untuk konsumen tampak pada Tabel berikut:

Tabel 1.3.

Layanan Salon Johnny Andrean

Layanan untuk pengunjung	
Toning (pewarnaan rambut)	*Rebounding*
Semir rambut (pewarnaan rambut)	Lulur
Potong rambut	Mandi susu
Creambath	Ion
Facial	Spa ; perawatan rambut
Kriting	*Padicure; manicure*

Sumber: intern perusahaan

Berdasarkan wawancara singkat terhadap 20 orang konsumen Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya pada tanggal 14 Agustus 2010, diperoleh informasi bahwa layanan yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah toning dan semir rambut. Toning dan semir rambut pada intinya adalah sama yaitu pewarnaan rambut, hanya saja perbedaannya pada obat yang digunakan untuk mewarnai rambut dan proses layanan. Selain itu, juga diperoleh informasi bahwa sebagian besar konsumen Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya yang menggunakan layanan pewarnaan rambut ternyata bukan pembelian yang pertama namun merupakan pembelian ulang yang kesekian kali.

Dari uraian yang telah dipaparkan di atas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup dan Kepuasan Konsumen

Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Mewarnai Rambut di Salon Johnny Andrean Surabaya Plasa Surabaya . “

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah gaya hidup konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya ?
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian dapat digunakan sebagai tambahan informasi dalam pengambilan keputusan bagi pihak manajemen Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya terutama mengenai pengaruh gaya hidup dan

kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut.

2. Manfaat Akademik

   Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi bagi yang ingin melanjutkan penelitian sejenis atau melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh gaya hidup dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut pada industri jasa kecantikan lainnya.

1.5. Sistematika Skripsi

Dalam memudahkan pemahaman penulisan ini, maka sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

Bab 1: Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

Bab 2: Tinjauan Kepustakaan

Bab ini memuat penjelasan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang berkaitan dengan: gaya hidup, atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen, perilaku konsumen, hubungan gaya hidup dengan keputusan pembelian ulang, hubungan kepuasan dengan keputusan pembelian ulang, model analisis, dan hipotesis.

Bab 3: Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran variabel, alat dan metode pengumpulan data, populasi,

sampel dan teknik pengambilan sampel, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data dan prosedur pengujian hipotesis.

Bab 4: Analisis dan pembahasan

Dalam pembahasan ini akan diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan, penjelasan mengenai deskripsi data, uji validitas dan reliabilitas, analisis data, pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan.

Bab 5: Simpulan dan Saran

Bab ini merupakan bagian akhir dari skripsi yang memuat simpulan dari hasil penelitian serta beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi manajemen Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya.