

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Perawatan kecantikan pada saat ini sudah menjadi suatu kebutuhan bagi setiap orang terutama wanita dengan gaya hidup yang selalu memperhatikan penampilan dan menginginkan kecantikan. Bagi wanita memiliki kecantikan kulit wajah, tubuh yang sehat dan bugar merupakan aset yang penting bagi setiap orang yang mengutamakan kesempurnaan. Bahkan tidak dipungkiri bahwa kaum laki-laki masa kini juga membutuhkan perawatan kulit untuk menjaga dan mendukung penampilan mereka.

Perawatan wajah dan tubuh secara teratur sangat penting dilakukan terutama bagi seseorang yang lebih banyak melakukan kegiatan diluar rumah atau didalam gedung seperti polusi asap kendaraan, sinar ultra violet, iritasi , asap rokok dan ruangan ber AC, yang bertujuan untuk menjaga kesehatan kulit dari beberapa masalah yang memungkinkan terjadi pada kulit. Menurut Tjiptono, (2017) bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Jadi bila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Hal tersebut sudah diteliti oleh Sukmawati dan Massie (2015); Hidayat dan Firadus (2014); Subroto (2013); Setiawan dkk (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati dan Massie (2015); Hidayah dan Firdaus (2014); Putra dan Ekawati (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Selain mementingkan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan untuk pelanggan, perusahaan juga harus bisa membuktikan bahwa kinerja dan semua pelayanan jasa atau produk dapat menjaga kepercayaan pelanggan. Menurut Sumarwan (2004) dalam Sangadji dan Sopiah (2013) menyatakan kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu yang disebut dengan objek-atribut, yaitu kepercayaan pelanggan tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan. Oleh karena itu selain mengikuti trend perawatan kulit saat ini yang semakin banyak variasi dan pilihan disesuaikan oleh kebutuhan konsumen perusahaan juga harus mementingkan keamanan dari segi pelayanan maupun produknya untuk mengatasi berbagai macam masalah kulit yang di keluhkan konsumen harus bisa dipercaya dari konsumen tersebut. Usaha tersebut dilakukan untuk menciptakan inovasi-inovasi dalam menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas dan berbeda dengan produk klinik kecantikan lainnya. Hal ini sudah diteliti oleh Astuti dkk (2018) dan Ningsih dan Segoro (2014) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati dan Massie (2015); Harrieni dkk (2017); Hidayat dan Firdaus (2014); Astuti dkk (2018); Ningsih dan Segoro (2014) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Trend perawatan kecantikan ini membuat perubahan pada segmen pasar yang ada. Beberapa tahun belakangan ini mulai banyak bermunculan klinik - klinik kecantikan dan perawatan tubuh menyebabkan segmen pasar semakin potensial. Dalam menarik konsumen klinik kecantikan berusaha sebaik mungkin tidak mengecewakan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka konsumen akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2009 : 139). Menurut Jones (2008) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:183) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi. Hal tersebut sudah diteliti oleh Sukmawati dan Massie (2015); Haryeni dkk (2017); Tambunan (2018); Hidayat dan Firdaus (2014); Astuti dan Nagase (2014); Astuti dan Nagase (2016); Astuti dkk (2018); Ningsih dan Segoro (2014); Setiawan dkk (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kondisi ini menyebabkan klinik kecantikan memasuki fase persaingan yang semakin ketat. Agar klinik kecantikan dapat bertahan ditengah persaingan bisnis yang ketat dan terus bermunculannya pesaing baru adalah dengan menjaga loyalitas para pelanggannya. Hurriyati (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013 : 104) menyatakan bahwa loyalitas adalah

komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Dalam konteks pemasaran jasa, Parasuraman (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013 : 104) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis. Loyalitas pelanggan mutlak diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat tetap survive dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru.

Di Purwokerto, klinik kecantikan sudah banyak didirikan diantaranya klinik *DestSkin Beauty Clinic*, *London Beauty Center*, *Natasha Skin Care*, *ErhaClinic*, *Reta Beauty Clinic*, *Larissa Aeshetic Center*, *Naavagreen Natural Skin Care*, dan *Dr. Yenny Beauty Center*. Hadirnya berbagai klinik kecantikan membawa perusahaan berada dalam persaingan yang begitu ketat, masing-masing klinik berlomba-lomba untuk menarik minat beli konsumen dengan cara menawarkan produk ataupun jasa yang berkualitas, sehingga perusahaan perlu menerapkan strategi pemasarannya agar mendapatkan kepercayaan konsumen serta kepuasan konsumen. Menurut Peppers dan Roger (2004:117) dalam Priansa (2017) bahwa keyakinan satu pihak pada

reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya.

*DestSkin Beauty Clinic* beralamat di Jl. Situmpur No. 105, Karangbawang (sebelah selatan Moro) yang merupakan perawatan berfokus pada kulit wajah melalui tindakan berupa perawatan medis estetik dan produk berupa krim yang bertujuan untuk meyamarkan flek hitam, komedo, muka berjerawat, bopeng, mencerahkan wajah, keriput, penuaan dini dan selulit dengan tindakan dan penanganan langsung dari Dokter serta menggunakan produk yang aman dan teknologi yang canggih sehingga konsumen tertarik melakukan perawatan di *DestSkin Beauty Clinic*. Selain itu, *DestSkin Beauty Clinic* juga memberikan layanan berkualitas yang memberikan kenyamanan dan kepercayaan bagi konsumen. Setiap bulannya di *DestSkin Beauty Clinic* juga memberikan *discount* dan berbagai macam paket perawatan yang akan diberikan kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan melakukan perawatan ulang di *DestSkin Beauty Clinic*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati dan Massie (2015) hanya mengambil variabel kualitas pelayanan dan menambahkan variabel kepercayaan pelanggan dari penelitian Haryeni dkk (2017) dan Tambunan (2018). Perbedaan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya adalah variabel penelitian juga subyek penelitian. Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan

Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* Purwokerto)”).

## B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
2. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
4. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto?
6. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
7. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto?

8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto?
9. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto?

### C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto?

7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto?
8. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto ?
9. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening *DestSkin Beauty Clinic* di Purwokerto?

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pengaruh relationship marketing, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan di klinik kecantikan.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa maupun mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebagai referensi atau acuan penelitian tentang loyalitas pelanggan ditinjau dari kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini sebagai alat dalam mengembangkan materi-materi yang diperoleh selama menempuh perkuliahan dan mengaplikasikannya secara nyata serta dapat menambah pengetahuan dan

pemahaman bagi peneliti sehingga dapat mengubah cara berfikir peneliti menjadi lebih baik.

#### 4. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi kepada konsumen serta bisa sebagai pertimbangan saat melakukan perawatan atau pembelian langsung dan mengetahui kondisi perusahaan tersebut.

#### 5. Bagi Perusahaan (*DestSkin Beauty Clinic*)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun relationship marketing untuk memberikan kepuasan dan kepercayaan kepada pelanggan yang berdampak pada loyalitas yang akan diberikan oleh pelanggan kepada *DestSkin Beauty Clinic*.