

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perawatan wajah atau *facial* adalah prosedur perawatan untuk mengatasi masalah pada kulit wajah manusia. Masalah kulit wajah ini dapat berkaitan dengan tekstur, warna, dan kesehatan secara keseluruhan, sementara prosedur yang dilakukan dapat mencakup pembersihan, eksfoliasi, penghilangan komedo, pemberian masker kecantikan, pemijatan, dan pemberian nutrisi. Perawatan wajah ini kerap kali disebut perawatan kecantikan karena dapat membersihkan kulit wajah dari kotoran, mengangkat/menipiskan sel-sel kulit mati agar wajah menjadi halus, serta memperlancar peredaran darah sehingga elastisitas atau kekenyalan kulit tetap terjaga. Perawatan Kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat. Terlebih

letak geografis Indonesia yang berada di iklim tropis yang cenderung membutuhkan banyak perlindungan serta perawatan. Sejalan dengan perkembangan ekonomi, dan teknologi yang semakin pesat dalam usaha kecantikan menyebabkan perusahaan harus berlomba-lomba untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Hampir semua orang ingin tampil lebih menarik didepan banyak orang, tidak hanya wanita saja yang menyadari menyadari akan hal tersebut. *“Tubuh yang cantik dan sehat adalah investasi berharga” menurut David Djuanda.*

Dalam sebuah usaha Jasa Klinik kecantikan, kualitas layanan yang ramah perlu diperhatikan dan kepuasan pelanggan juga dapat dibentuk dengan layanan yang baik serta keunggulan kompetitif agar dapat memberikan kenyamanan bagi para pelanggan sebagai nilai lebih perusahaan dibandingkan pesaing. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi merek. Dengan

memberi kepuasan kepada pelanggan maka pelanggan cenderung menjadi loyal, dan bahkan mengajak orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang telah memberi kepuasan kepadanya.

Dibawah ini penulis ingin menunjukkan bahwa jumlah PERKEMBANGAN KOSMETIK di Kota Surabaya setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan

Tabel 1.1 Tren tingkat perkembangan industri kosmetik



Sumber : www.indonesiainancetoday.com

Dari tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa dari tahun 2012 hingga tahun 2014 terjadi peningkatan jumlah industri kosmetik di kota Surabaya.

Meraih loyalitas melalui kepuasan pelanggan bukan hal yang mudah. Dan perusahaan menyadari bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang utama yang harus dicapai perusahaan untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggannya. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk bertahan dari persaingan yang ketat saat ini adalah mempertahankan pelanggan sebelumnya dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen melalui harga yang sesuai dengan harapan pelanggan, pelayanan yang baik dan pembentukan citra merk yang baik juga dimata masyarakat atau pelanggan.

Persepsi harga disini juga bergantung kepada para pelanggan individu masing-masing menerima atau memahami informasi tentang kualitas produk tersebut. Jika harga mahal kualitas jelek tentu tidak sebanding dengan apa

yang dikeluarkan para konsumen tersebut. Dikarenakan harga menjadi sangat penting terhadap pelanggan yang peka akan menjadikan harga sebagai bahan pertimbangan utama dalam pembelian.

Klinik MSGLOW telah menjual produk skincare dan bodycare secara online di tahun 2013 yang merupakan singkatan dari moto perusahaan yaitu Magic For Skin sehingga memperoleh kepercayaan dari jutaan customer dan senantiasa berusaha memiliki keunggulan tersendiri kepada para konsumennya, baik dari segi harga, pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan. Skin care tersebut dipasarkannya cukup sesuai dengan permintaan konsumen apalagi Klinik MSGLOW sudah memiliki beberapa reseller, klinik dan member. Perawatan kecantikan Klinik MSGLOW mempunyai beragam konsumen mulai dari Dewasa, siswa sekolah dan Mahasiswa/i. Namun, menurut saya para pelanggan terbanyak yang mengunjungi Klinik MSGLOW ialah yang berprofesi pekerja baik tua maupun muda dan kalangan mahasiswa mahasiswi.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan biasanya masih sering sekali menerima keluhan (komplain) mengenai kualitas layanan dimana para pegawai kurang tersenyum, kurang ramah dan cuek sehingga menimbulkan ketidaknyamanan kepada konsumen sewaktu konsultasi maupun treatment. Klinik MSGLOW juga mempertimbangkan harga yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen agar konsumen bisa mempersepsikan jika harga mahal tentu kualitas bagus dan harapan bisa mengatasi kulit yang bermasalah pada konsumennya. Dengan ulasan seperti ini menunjukkan bahwa Klinik MSGLOW masih ada kekurangan dalam kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Citra Merek disini sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek atau bisa dijelaskan sebagai gambaran kualitas dan menunjukkan janji dari produsen terhadap konsumennya. Suatu kesan yang baik sangat mempengaruhi kepuasan

pelanggan untuk melakukan pembelian berulang-ulang maka dapat kita pahami konsumen cenderung membeli barang yang telah memiliki citra merek (Brand Image).

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Klinik MSGLOW Aesthetic Centre memberikan tempat yang nyaman, produk dan layanan terjangkau namun berkualitas, serta berinteraksi dengan para pelanggan melalui media sosial maupun langsung.

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan diatas, melatarbelakangi penulis untuk mengadakan penelitian dan menuangkan hasil penelitian tersebut dalam bentuk karya tulis ilmiah skripsi dalam judul

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KLINIK MSGLOW SURABAYA”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan tersebut, maka masalah yang diidentifikasi oleh penulis adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Klinik MSGLOW Surabaya?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Klinik MSGLOW Surabaya ?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Klinik MSGLOW Surabaya ?
4. Apakah kualitas layanan, persepsi harga, dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Klinik MSGLOW Surabaya?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian itu perlu ditentukan lebih dulu apa tujuan penelitian tersebut agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Klinik MSGLOW Surabaya.
2. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh persepsi harga perawatan kecantikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik MSGLOW Surabaya.
3. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh citra merek produk terhadap kepuasan pelanggan Klinik MSGLOW Surabaya.
4. Untuk menganalisis dan membuktikan kualitas layanan, persepsi harga dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Klinik MSGLOW Surabaya.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Secara garis besar penelitian ini berguna bagi :

1. Bagi Mahasiswa

Kegunaan penelitian ini bagi mahasiswa agar memperoleh ilmu dan referensi tentang bagaimana cara menyusun proposal yang baik dan benar. Penelitian ini juga diharapkan dapat mempermudah mahasiswa melakukan penelitian di bidang manajemen pemasaran khususnya kualitas layanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi yang dapat dipergunakan bahwa persaingan di dalam bidang jasa seperti Klinik kecantikan ini semakin pesat dan perlu diperhatikan, diperbaiki, dan dikembangkan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh khalayak umum sebagai bahan referensi serta dapat digunakan oleh peneliti lain sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.