

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perawatan kecantikan telah berubah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat, khususnya wanita. Fenomena ini mendukung perkembangan pusat perawatan kecantikan kulit wajah yang menawarkan produk dan jasanya untuk dipenuhi kebutuhan kecantikan dan kesehatan kulit. Wanita akan menghabiskan banyak uang untuk melakukan perawatan kecantikan. Pria juga saat ini banyak yang fokus pada kesehatan kulit wajah dengan cara merawat kulit wajah dan mendatangi klinik kecantikan untuk melakukan perawatan wajah. Hal ini membuat kebutuhan akan kecantikan kulit wajah semakin luas di Indonesia, terutama masyarakat yang berfokus pada penampilan dan keindahan kulit wajah. Melihat kenyataan ini, banyak jasa Klinik perawatan kecantikan yang menawarkan berbagai macam perawatan wajah, rambut dan tubuh. Fenomena ini bagi praktisi pemasaran adalah peluang untuk menentukan strategi pemasaran mereka.

Klinik Noorika Beauty merupakan salah satu penyedia jasa pelayanan perawatan wajah yang berada di Ruko Melawai II Blok C3A No. 26, Metland Cibitung Bekasi. Klinik Noorika Beauty membuka layanan perawatan wajah yang dibutuhkan oleh masyarakat, layanan dilakukan selama 8 jam, di Klinik Noorika Beauty terdapat dokter dan tim terapis, fasilitas tersebut diberikan Klinik Noorika Beauty kepada masyarakat khususnya masyarakat Metland Cibitung untuk mempermudah apabila membutuhkan jasa pelayanan perawatan wajah.

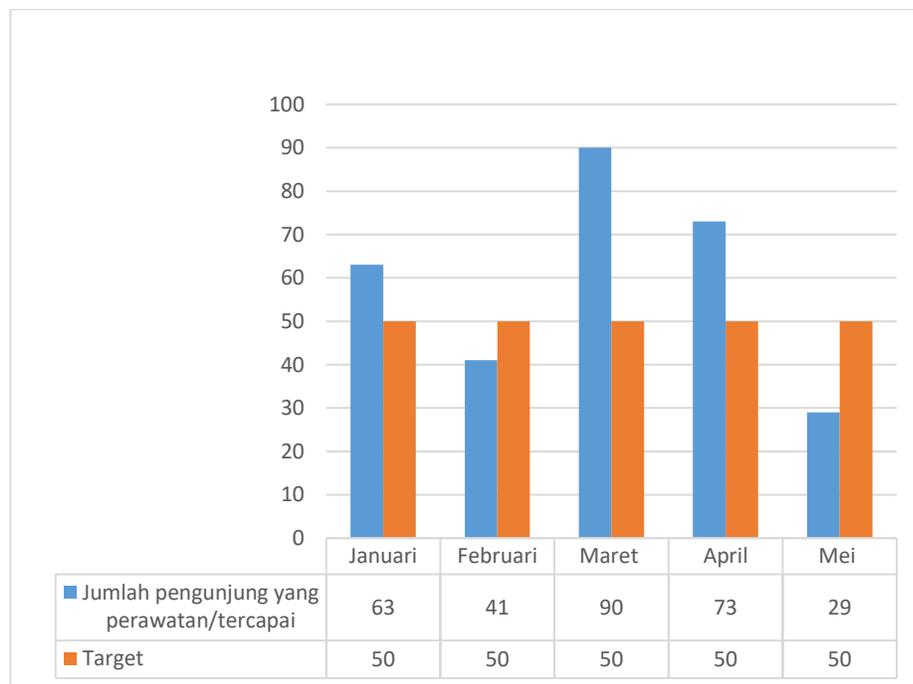
Klinik kecantikan mempunyai berbagai macam jenis pelayanan perawatan yang dapat di unggulkan untuk mempertahankan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Salah satu jenis alat perawatan yang ada di Klinik Noorika Beauty adalah alat *Treatment Oxygeneo dan skin Analyze* wajah, dimana alat ini belum ada di Klinik pesaing yang ada di sekitar Metland Cibitung, dan ini menjadi salah satu keunggulan bagi Klinik Noorika Beauty sendiri.

Kepuasan pelanggan menjadi sebuah tolak ukur untuk memenuhi seberapa puaskah pelanggan tersebut dalam melakukan *treatment* di Klinik Noorika Beauty.

Namun didalam kepuasan pelanggan tidak sedikit yang merasa kurang puas dengan pelayanan dan harga di Klinik Noorika Beauty. Hal tersebut di perkuat dengan ditemukannya data pelanggan setiap bulannya yang melakukan *treatment* di Klinik Noorika Beauty. Selanjutnya di bawah ini merupakan salah satu data jumlah pengunjung selama 5 bulan Klinik Kecantikan Noorika Beauty pada Januari sampai dengan Mei 2022 sebagai berikut :

Grafik 1.1

Data Pelanggan Klinik Noorika Beauty Bulan Januari – Mei 2022



Sumber : Klinik Noorika Beauty, 2022.

Berdasarkan Grafik 1.1 tersebut, terlihat jumlah Pelanggan Klinik Noorika Beauty selama periode Januari – Mei 2022. penurunan jumlah pelanggan terjadi pada bulan februari dan Mei 2022. hal tersebut terjadi karna sebagian pelanggan yang perawatan tidak lagi kembali berkunjung dan perawatan, hal tersebut di ketahui saat admin Klinik Noorika mulai *Foll up* kembali dan sebagian pelanggan tidak lagi merespon hal itu karena beberapa pelanggan menyatakan kurang puas karna tidak ada harga promo di bulan tersebut yang di berikan Klinik Noorika Beauty, dan

pelayanan yang masih kurang baik dikarenakan ada beberapa alat yang rusak disaat berlangsungnya *treatment*, sehingga membuat pelanggan mempertimbangkan kembali untuk melakukan *treatment* di Klinik Noorika Beauty, dari 10 orang yang di wawancara ada 7 orang yang menyatakan kurang puas dan 3 orang lainnya cukup puas dengan pelayanan dan harga yang diberikan. Menurut Suprato (2001:234 dalam Ade Ratnasari 2016) Kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap perbandingan antara produk / jasa yang telah diterima dengan produk / jasa yang diharapkan. Jika produk / jasa yang diterima dibawah harapannya maka pelanggan kecewa, sedangkan jika produk / jasa yang diterima lebih.

Didalam kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan juga termasuk faktor penting yang harus diperhatikan tidak sedikit yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Klinik Noorika Beauty. masih terdapat sejumlah keluhan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan hal tersebut diperkuat dengan ditemukannya beberapa keluhan pelanggan mengenai kualitas pelayanan melalui wawancara pendahuluan kepada 10 pelanggan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Pernyataan tentang kualitas pelayanan

NO	Pernyataan	Jumlah Pelanggan	Persentase
1	Pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan	3	30%
2	Pelayanan masih kurang baik karna masih ada beberapa alat yang tiba-tiba rusak saat proses <i>treatment</i> berlangsung.	3	30%
3	Saya merasa kecewa karna sudah mengajukan <i>appointment</i> dengan dokter tiba-tiba di <i>reschedule</i> secara mendadak dan posisi saya sudah sampai di Klinik.	3	30%
4	Saya merasa kecewa karna adminnya memeberikan info promo paket <i>treatment</i> yang tidak sesuai	1	10 %
	Total	10	100%

Sumber : Data Pra Survei, 2022.

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa sebanyak 10 orang pelanggan menyatakan bahwa pelayanan yang di berikan Klinik Noorika Beauty masih kurang baik dan tidak seperti apa yang diharapkan mereka. Pihak penanggung jawab Klinik Noorika Beauty membenarkan hal tersebut bahwasanya pelayanan yang ada sudah di usahakan sebaik mungkin namun untuk kerusakan alat *treatment* pihak manajemen Klinik Noorika Beauty meminta maaf kepada pelanggan yang melakukan *treatment* bertepatan dengan kerusakan alat, karna hal tersebut diluar dugaan pihak Klinik.

Menurut Tjiptono & Chandra (2013:29) dikutip dalam Gofur (2019:39) menjelaskan terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan, yaitu: *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal dan sebaliknya.

Faktor utama yang tidak kalah penting menjadi sebuah ukuran kepuasan pelanggan adalah Harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2010:252) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relative sifatnya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain.

Harga adalah salah satu hal penting juga untuk diperhatikan oleh pihak Klinik Noorika Beauty, karna dengan harga yang diberikan terjangkau itu bisa membuat konsumen lebih tertarik dan tetap loyal, harga adalah faktor penting bagi para konsumen. Setiap konsumen pasti ingin harga yang standar namun kualitas pelayanan tetap nyaman dan terpercaya. Berikut harga *treatment* unggulan yang ada di Klinik Noorika dan pesaingnya.

Tabel 1. 2
Daftar Perbandingan Harga *Treatment*

No	Jenis treatmean	Klinik Noorika Beauty	Klinik orchid	Klinik Ivy
1	Facial Brigtening	Rp 185.000	Rp 180.000	Rp 125.000
2	RF Face Treatment	Rp 200.000	Rp 155.000	Rp 150.000
3	Micro Treatment	Rp 400.000	Rp 300.000	Rp 155.000
4	Meso PRP	Rp 600.000	Rp 500.000	Rp 550.000
5	Dermapen Treatment	Rp 400.000	Rp 500.000	Rp 500.000
6	Blackdoll laser Treatment	Rp 500.000	Rp 400.000	Rp 400.000

Sumber : Survei Primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 1.2 tersebut, terlihat Perbandingan Harga antara klinik Noorika Beauty dan Klinik setara yang ada di sekitar Metland Cibitung. Terlihat sangat jelas ada beberapa treatment yang memang lebih mahal di banding dengan pesaingnya, hal ini tentunya menjadi ancaman juga untuk klinik Noorika Beauty untuk mempertimbangkan terkait keputusan harga treatment yang ada sehingga setara dengan harga yang di tawarkan oleh pesaingnya.

Kualitas pelayanan yang diberikan dengan kesesuaian harapan pelanggan, selain meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, klinik juga perlu memperhatikan tentang harga pelayanannya yang dibanderol harus sesuai dan tepat sasaran dengan konsumen yang dituju, karena itu harga yang harus ditetapkan pada umumnya terjangkau dan sesuai kemampuan ekonomi masyarakat setempat. Hal yang perlu diperhatikan agar jasa dapat disampaikan dengan baik oleh Klinik Noorika Beauty yaitu keberadaan fasilitas penunjang pelayanan perawatan. keberadaan fasilitas yang baik dan memadai akan membuat pelanggan nyaman dalam proses perawatan.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas , diduga adanya ketidak puasan pelanggan disebabkan oleh kualitas pelayanan dan harga yang diberikan oleh Klinik Noorika Beauty. Oleh sebab itu maka penulis tertarik untuk menggali lebih dalam

lagi tentang objek yang diteliti dan penting untuk penelitian, sehingga mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Noorika Beauty Metland Cibitung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Noorika Beauty Metland Cibitung
2. Bagaimana pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Noorika Beauty Metland Cibitung.
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Noorika Beauty Metland Cibitung.

1.3 Tujuan dan manfaat penelitian

a) Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dijelaskan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Noorika Beauty Metland Cibitung.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Noorika Beauty Metland Cibitung.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Noorika Beauty Metland Cibitung.

b) Manfaat penelitian

Secara garis besar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu :

- 1) Bagi Klinik Noorika Beauty Metland Cibitung
Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan pertimbangan bagi manajemen klinik mengenai dampak atau pengaruh kualitas pelayanan dan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di klinik Noorika Beauty Metland Cibitung
- 2) Bagi penelitian selanjutnya
Diharapkan dapat di gunakan sebagai bahan pembandingan dan referensi bagi peneliti lainnya yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di klinik kecantikan.

1.4 Ruang Lingkup atau pembatasan masalah

Agar pembahasan yang dilakukan lebih fokus dan terarah, penulis membatasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Objek Penelitian dilakukan di Klinik Noorika Beauty Metland Cibitung.
2. Subjek Penelitian Adalah pelanggan klinik Noorika Beauty Metland Cibitung.
3. Variabel Yang Diteliti Hanya Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan pelanggan.

1.5 Sistematika Pelaporan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembatasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang merupakan penjabaran dari teori tentang kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan, serta teori-teori lain yang mendukung. Selain itu, bab ini berisi hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini diuraikan deskripsi obyek penelitian, deskripsi profil responden, deskripsi data hasil uji validitas dan reliabilitas, deskripsi data skor variabel kualitas pelayanan (x_1), deskripsi data skor variabel harga (x_2), deskripsi data skor variabel kepuasan pelanggan (y), analisis regresi, analisis koefisien korelasi, dan hasil uji hipotesis.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup penyusun mencoba menarik simpulan dari permasalahan dan pembahasan yang kemudian disajikan pula saran-saran yang berhubungan dengan penelitian yang kiranya dapat bermanfaat bagi instansi sebagai masukan.