

**PENINGKATAN KEPERCAYAAN DAN *RELATIONSHIP*
SATISFACTION, MELALUI *PREFERENTIAL TREATMENT* DAN
KOMUNIKASI INTERPERSONAL**

Oleh :

**Susi Wulandari
Ken Sudarti, SE, MSi**

ABSTRACT

Diera globalisasi pada saat ini sebagian besar orang ingin tampil cantik dan tampan dengan cara melakukan perawatan di klinik-klinik kecantikan yang ada di sekitar. Perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak klinik- klinik kecantikan yang menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan. Tujuan dalam penelitian ini adalah : untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *preferential treatment* terhadap kepercayaan konsumen dan *Relationship Satisfaction* pada Klinik Kecantikan Erha *Skin Care* di Semarang. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepercayaan konsumen dan *Relationship Satisfaction* pada Klinik Kecantikan Erha *Skin Care* di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa Erha *skin care* Semarang, adapun sampel yang di peroleh dengan teknik pengambilan sampel accidental sampling adalah sebanyak 100 responden. Jenis data yang dipergunakan adalah data primer, dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah path analysis.

Hasil pengujian di peroleh hasil : *Preferential treatment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan kepuasan. Komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan kepuasan.

Kata kunci : ***Kepercayaan, Relationship Satisfaction, Preferential Treatment, Komunikasi Interpersonal***