

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah carut marutnya ekonomi dunia belakangan ini, tentu membuat orang lebih bijak dalam membelanjakan uangnya. Namun lain halnya dengan urusan penampilan dan keindahan wajah, seperti apapun kondisi dunia saat itu, klinik kecantikan tetap di minati oleh seseorang. Semua itu pada dasarnya ada pada keinginan perempuan untuk tampil cantik, bersih, dan menarik dengan melakukan perawatan yang maksimal dengan biaya yang dikeluarkan tidak terlalu banyak. Masalah penampilan seseorang merupakan bagian dari hidup manusia yang harus diperhatikan. Hal ini dikaitkan dengan fenomena yang ada, bahwa masyarakat sekarang semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan agar selalu tampil cantik dan menarik. Apalagi saat ini kesadaran para wanita akan kecantikan dan perawatan kulit semakin berkembang. Bahkan bukan hanya wanita saja tetapi kaum pria pun juga banyak yang memperhatikan masalah perawatan kulit wajah mereka. Bagi kaum wanita memiliki wajah yang cantik dan bersih sangatlah menjadi keinginan yang harus diwujudkan. Untuk itu, bagi kaum hawa yang selalu ingin berpenampilan cantik menarik, perawatan wajah dan tubuh merupakan kewajiban yang tidak dapat ditinggalkan. Maka dari itulah banyak klinik kecantikan yang bermunculan di Indonesia berlomba-lomba menghasilkan produk yang berkualitas. Menurut Kotler dan Armstrong (2009) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Maka dari itulah

sangat penting bagi perusahaan mengetahui karakteristik dari konsumen agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Selain dari segi kualitas produk, konsumen dalam mengunjungi klinik kecantikan juga memperhatikan dari segi kualitas pelayanan yang ada, Menurut Mauludin (2010:67) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

Dalam menarik konsumen, perusahaan harus sebaik mungkin memberikan segala yang terbaik agar konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen itu sendiri merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, bila kinerja memiliki harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa (Kotler, Philip, 2001). Kepuasan konsumen merupakan tujuan dan sasaran pemasaran dari sebuah perusahaan, sehingga perusahaan harus lebih baik lagi dalam memperhatikan tingkat kepuasan dari konsumen.

Sebuah perusahaan dalam memberikan tingkat kepuasan yang tinggi pada konsumen melalui produk yang berkualitas dan pelayanan yang ada pada perusahaan itu sendiri. Jika konsumen sudah merasa puas maka konsumen tersebut akan loyal. Menurut Griffin (2010:04) loyalitas adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana konsumen mewajibkan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Konsumen yang loyal biasanya merasa senang dan akan merekomendasikan produk tersebut kepada

orang lain, selain itu konsumen yang loyal juga memiliki kecenderungan yang lebih rendah untuk berpindah ke produk lain.

Perkembangan klinik kecantikan itu sendiri di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup pesat, dari pesatnya perkembangan tersebut banyak klinik-klinik kecantikan dengan tingkat persaingan yang sangat tinggi dan berlomba-lomba memberikan dan membuat hasil yang maksimal kepada konsumen. Beragam alternatif produk yang terdapat di pasar itulah yang menimbulkan persaingan antar klinik kecantikan untuk memenangkan pangsa pasar. Semakin banyak pesaing dari suatu produk kecantikan maka semakin banyak pula alternatif konsumen untuk dapat menentukan produk mana yang akan dibeli. Persaingan yang semakin ketat dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan sebagai tujuan utama (Tjiptono, 2000:24). Dengan cara itu diharapkan konsumen dapat loyal terhadap perusahaan tersebut.

Salah satu klinik kecantikan yang ada di Semarang adalah Naava Green Natural Skin Care. Klinik kecantikan yang menawarkan perawatan produk dan kulit dengan proses perawatan dan produk yang menggunakan bahan-bahan botanical alami, seperti apel, blueberries, orange, tomato, dan lain-lain. Naava Green juga memiliki dokter dan para tenaga ahli yang berkompetensi dibidangnya, sehingga kenyamanan dalam penggunaan produk sudah terjamin, selain itu Naava Green juga memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dari dokter dan seluruh karyawan (sumber : www.naavagreen.com).

Penelitian yang dilakukan oleh Dennisa (2016) yang menggunakan kualitas produk sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen, menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Andreas (2015) yang mengemukakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Tabel 1. 1

Data Pengunjung

Naava Green Natural Skin Care Semarang Tahun 2017

Bulan	Kunjungan	
	Total Pengunjung	Perubahan
Januari	3453	
Februari	3467	14
Maret	3345	-122
April	3489	27
Mei	3495	6
Juni	3234	-261
Juli	2896	-338
Agustus	2756	-140
September	2790	34
Oktober	2773	-17
November	2764	-9
Desember	2745	-22

Sumber : Naava Green Natural Skin Care Semarang tahun 2017

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah konsumen Naava Green Natural Skin Care tahun 2017 mengalami penurunan yang cukup berarti pada bulan juni, konsumen berkurang sebanyak 261 orang , dan bulan juli menurun dengan jumlah konsumen berkurang sebanyak 338 orang dan terus menurun hingga bulan desember, hanya pada bulan September mengalami sedikit

kenaikan. Menurunnya jumlah konsumen akan berakibat pada keberlangsungan klinik kecantikan untuk kedepannya. Jumlah konsumen pada tabel 1.1 diatas menunjukkan banyak sedikitnya loyalitas konsumen yang terjadi. Selain itu, masih banyak banyak kritik dari konsumen Naava Green Natural Skin care mengenai produk dan pelayanan yang ada pada klinik kecantikan tersebut.

Tabel 1. 2

Keluhan Konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang

No	Keluhan Konsumen	
	Produk	Pelayanan
1.	Efek gatal pada wajah	Antrian Lama
2.	Efek panas pada wajah	Beberapa karyawan kurang ramah
3.	Kulit lebih sensitive	Dokter kurang detail dalam pemeriksaan
4.	Jerawat muncul makin banyak	Therapist kurang maksimal dalam membersihkan komedo
5.	Membuat ketergantungan	Bingung antrian pembelian dan konsultasi

Sumber : konsumen Naavagren Natural Skin Care Semarang tahun 2018

Dengan diperoleh data keluhan tersebut, dapat dilihat bahwa konsumen kurang puas dalam segi produk dan pelayanan, dari ketidakpuasan itulah makan konsumen tidak akan loyal pada klinik tersebut. Ketatnya dunia persaingan dibisnis kecantikan mengharuskan perusahaan memahami apa keinginan konsumen dan membuat cara bagaimana agar keinginan konsumen dapat tercapai sehingga akan muncul rasa puas pada diri konsumen dan konsumen selanjutnya akan menunjukkan sikap loyalnya pada klinik kecantikan tersebut.

Dari masalah yang ada diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN NAAVA GREEN NATURAL SKIN CARE SEMARANG).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Navaa Green Natural Skin Care Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Naava Green Natural Skin Care Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat menerapkan ilmu yang telah didapat dibangku kuliah kedalam praktik, khususnya yang ada hubungan dengan penelitian tersebut.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dan sebagai dasar untuk memperoleh segala informasi yang berkaitan dengan keberhasilan suatu perusahaan.

1.4.3 Bagi Akademisi

Dapat memberikan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya dibidang pemasaran, selain itu juga dapat digunakan untuk referensi penelitian berikutnya.