

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang semakin maju saat ini, menimbulkan pertumbuhan teknologi, bisnis dan sistem perekonomian yang begitu pesat. Saat ini berbagai bisnis jasa banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya adalah perusahaan jasa klinik kecantikan. Kecantikan adalah satu hal yang selalu di dambakan seorang perempuan, siapa yang tidak ingin kelihatan cantik di depan pria yang disukai atau di depan teman-teman. Sudah hakikatnya perempuan ingin terlihat cantik dan menarik. Tuntutan hidup masyarakat modern yang menyebabkan segala sesuatu hanya dapat dinilai secara materi dan bersifat fisik semata. Demikian hal ini dapat dilihat dan disimpulkan pandangan sebagian besar masyarakat menganggap bahwa wanita mempunyai kesempurnaan jika memiliki wajah yang cantik, berkulit mulus dan halus serta bersinar, dengan tubuh yang langsing dan ideal.

Anggapan ini berkembang sebagai akibat dari intruksi terus-menerus melalui media iklan, berita, film, sinetron, infotainment, artikel dan foto-foto di media yang selalu mengandung gap antara kesan dan pesan. Pada umumnya wanita yang tidak mempunyai kesempurnaan merasa minder ketika melewati kios-kios koran yang memajang majalah-majalah wanita atau memandang kagum pada wajah-wajah artis tersebut yang berwajah ayu di televisi. Melalui media ini dibentuklah pencitraan (manusia sempurna) demi eksploitasi untuk menciptakan pemasaran komoditi-

Tujuan dan maksud dari bermunculannya industri kecantikan tersebut adalah untuk memenuhi dan mewujudkan keinginan wanita-wanita untuk tampil cantik dan semenarik mungkin. Jasa perawatan tubuh atau kulit merupakan salah satu jasa yang ditawarkan dalam industri kecantikan saat ini. Pasal 1 ayat 5 UU nomer 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang mengartikan jasa sebagai layanan yang berbentuk pekerjaan dan prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan bagi konsumen.

Pertumbuhan kecantikan industri di Mojokerto saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan bermunculannya salon kecantikan atau klinik kecantikan sebagai salah satu sarana pelayanan kosmetika untuk masyarakat luas.

Selain itu, penggunaan peralatan kesehatan yang ditunjang dengan menggunakan teknologi modern yang menggunakan mesin dengan teknologi laser yang canggih menjadi salah satu alternatif bagi konsumen dalam suatu usaha untuk memperoleh kecantikan. Adapun pengertian alat kesehatan berdasarkan pasal 1 ayat 11 undang-undang no 23 tahun 1992 tentang kesehatan adalah instrumen, aparatus, mesin, impian yang tidak mengandung obat-obat yang digunakan untuk mencegah, mendiagnosis, menyembuhkan dan meringankan penyakit, merawat orang yang sakit serta memulihkan kesehatan manusia dan membentuk struktur dan memperbaiki fungsi tubuh. Namun, proses perawatan tubuh dapat menyebabkan efek-efek terhadap tubuh, sinar laser digunakan secara berlebihan dan tidak sesuai dengan takaran yang aman untuk pemakaian terus-menerus kemungkinan besar dapat menyebabkan kerusakan pada jaringan kulit sehingga membahayakan kesehatan bagi konsumen. Oleh karena itu, informasi tentang efek-efek samping suatu jasa perawatan tubuh dan kulit menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi konsumen. Selain untuk memberikan informasi-informasi kepada para konsumen dimaksudkan agar hak atas keamanan dan keselamatan konsumen dapat dipenuhi dengan baik, sebagaimana disebutkan dalam pasal 4 huruf a undang-undang perlindungan

konsumen (UUPK). Kegagalan dalam menyampaikan jasa merupakan hal yang tidak dapat diabaikan dan akan terjadi hampir seluruh penyedia jasa.

Banyaknya perusahaan yang meyakini bahwa pemasaran menggunakan konsep pertahanan pelanggan sangatlah menguntungkan. Kesuksesan dari suatu penanganan ditentukan dari rasa puas setelah menggunakan jasa dengan hasil akhir terselesaikannya keluhan yang dialami. Oleh karena itu setiap perusahaan penting untuk memahami variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berbagai hubungan yang terjadi antara variabel-variabel tersebut.

Berbicara mengenai hak-hak konsumen di Indonesia sendiri, pengusaha dan pemerintah seringkali mengabaikan hak-hak konsumen baik dalam memberikan pelayanan masyarakat maupun dalam penjualan produk. Adanya kualitas produk yang rendah dan menggunakan zat tambahan yang dilarang setiap produk-produk yang dihasilkan baik produk pangan maupun kosmetika tidak mengikuti dosis yang ditentukan menjadi persoalan yang sangat penting di masyarakat belakangan ini.

Persoalan yang dihadapi konsumen Indonesia juga dialami konsumen di negara-negara berkembang lainnya, tidak sekedar hanya bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih penting dan kompleks yaitu menyangkut penyandaran semua pihak baik itu pengusaha, pemerintah maupun konsumen sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Tujuan diselenggarakannya, pengembangan, peraturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen dan secara tidak langsung mendorong para pelaku usaha didalam terselenggarakannya kegiatan usaha dengan rasa tanggung jawab. Kewajiban setiap pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan disebabkan karena informasi disamping merupakan hak konsumen, juga ketiadaan informasi yang tidak

memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan bagi konsumen.

Inilah yang mendorong makin menjamurnya klinik perawatan kulit yang memadukan terapi kedokteran dengan fasilitas seperti salon kecantikan. Klinik perawatan kulit memproduksi produknya secara khusus yang terjamin aman sesuai dengan kebutuhan yang datang pada klinik tidak hanya membawa keluhan dan masalah yang menimpa kulit dan wajahnya, namun juga keinginan untuk berpenampilan wajah yang cantik dan tubuh yang sehat dan menarik.

Klinik kecantikan Clarice merupakan salah satu klinik yang beroperasi di dalam kota Mojokerto sejak tahun 2015 dan salah satu klinik yang menggunakan produk yang berbahan dasar herbal. Banyaknya persaingan klinik kecantikan saat ini memaksa setiap produsen untuk meningkatkan pelayanannya, salah satu diantaranya adalah Klinik kecantikan Clarice. Berdirinya Klinik kecantikan Clarice cabang Mojokerto memberikan keuntungan bagi pelanggan karena ketersediaan pelayanan di setiap tempat merupakan harapan bagi pelanggan, kondisi tersebut dapat menimbulkan persaingan yang sangat ketat bagi sebuah klinik kecantikan seperti Larissa Aesthetic Center, Navagreen dan lain-lain. Klinik kecantikan Clarice berusaha untuk memahami kebutuhan pelanggan dalam hal pemenuhan kebutuhan serta kenyamanan dengan menyajikan berbagai fasilitas dan kualitas pelayanan yang dapat menyentuh sisi psikologi pelanggan.

Klinik kecantikan Clarice meyakini bahwa pemasaran menggunakan konsep pertahanan pelanggan sangatlah menguntungkan. Kesuksesan dari suatu penanganan ditentukan dari rasa puas setelah menggunakan jasa dengan hasil akhir terselesaikannya keluhan yang dialami. Oleh karena itu setiap perusahaan penting untuk memahami variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berbagai hubungan yang terjadi antara variabel-variabel tersebut.

Usaha dalam menciptakan kepuasan pelanggan salah satunya ialah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Tjiptono (2007:58) menyatakan bahwa kualitas pelayanan apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas. Kualitas pelayanan memberikan nilai tambah bagi para pelanggan untuk menjalin relasi yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan klinik kecantikan. Pelayanan yang ditawarkan oleh klinik kecantikan Clarice meliputi pelayanan konsultasi dokter kulit, pelayanan dalam melakukan berbagai macam *treatment* dan pelayanan pembelian obat/krim maupun produk – produk lainnya.

Faktor lainnya adalah *experiential marketing*. Menurut Lee et al, (2011) *experiential marketing* sebagai memori kenangan atau pengalaman yang masuk dalam ke benak pelanggan. Kesan setelah melakukan perawatan di klinik clarice yang didapatkan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Menurut **Tjiptono (2005)**, Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan keseluruhan nilai suatu barang maupun jasa yang diberikan dalam bentuk uang. Selain itu Harga adalah segala sesuatu atau nilai yang ditetapkan bagi “sesuatu”.

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan diatas, melatar belakangi penulis untuk mengadakan penelitian dan menuangkan hasil penelitian tersebut dalam bentuk karya tulis ilmiah skripsi dalam judul “ Pengaruh *Harga* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Clarice”.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut dan mengingat luasnya permasalahan yang ada dalam identifikasi dan harus diatasi, agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Objek dalam penelitian ini adalah klinik kecantikan Clarice cabang Mojokerto.
2. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang datang dan menggunakan jasa klinik kecantikan Clarice Aesthetic Centre kota Mojokerto.
3. Penelitian ini berfokus pada *Harga*, *Kualitas Pelayanan* sebagai variable independen serta *Kepuasan Pelayanan* sebagai variable dependen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat di rumuskan beberapa permasalahan yang akan menjadi permasalahan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Apakah *Harga* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Kecantikan Clarice?
2. Apakah *Kualitas Pelayanan* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Kecantikan Clarice ?
3. Apakah *Harga* dan *Kualitas Pelayanan* berpengaruh secara bersama - sama terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Kecantikan Clarice?

D. Tujuan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah di uraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *harga* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Kecantikan Clarice.

2. Untuk mengetahui apakah *kualitas pelayanan* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada Klinik Kecantikan Clarice.
3. Untuk mengetahui apakah *harga* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Pada Klinik Kecantikan Clarice

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai alat ukur untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk pengembangan usaha bisnis khususnya bidang transportasi.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang dimiliki dalam mengkaji suatu permasalahan yang ada di lapangan sesuai dengan ilmu yang dipelajari dan menambah ilmu pengetahuan khususnya tentang kegiatan pemasaran.

4. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.