

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era modern saat ini, penampilan menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh kebanyakan orang terutama kaum wanita. Penampilan yang menarik dan baik, ditunjang dari berbagai macam hal, salah satunya yakni bagaimana fashion serta cara merawat tubuh mereka. Dalam hal merawat tubuh, kesehatan kulit wajah dan tubuh merupakan fokus utama yang dipikirkan sebagian besar orang, khususnya wanita. Dengan kulit yang sehat dan bersih, maka seorang wanita akan terlihat lebih cantik dan menarik.

Sebagian besar wanita menyadari begitu pentingnya perawatan wajah dan tubuh. Sehingga kebutuhan akan perawatan wajah dan kulit bagi kebanyakan wanita terus meningkat seiring berkembangnya waktu. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa kecantikan salah satunya adalah klinik kecantikan. Semakin banyak bermunculan klinik-klinik kecantikan yang menawarkan berbagai jenis dan paket perawatan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Banyak dijumpai beragam usaha yang menawarkan jasa perawatan kecantikan, dimulai dari salon kecil hingga klinik-klinik kecantikan mahal dan mewah. Terdapat beberapa klinik kecantikan di Mojokerto antara lain, Clarice Aesthetic, Nanisa, Keisha Beauty Clinic, Navagreen, Teta, Esther, dan Agung Aesthetic. Setiap jasa yang ditawarkan memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Hal tersebut menjadikan setiap konsumen lebih selektif dalam upaya memilih perawatan kecantikan, yang mana disesuaikan dengan kebutuhan tiap orang. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan harus berhadapan dengan ketatnya persaingan bisnis.

Menurut Tjiptono dalam Suryati (2019:93) menyatakan bahwa Loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen dari pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Sedangkan menurut Hasan (dalam Suryati, 2019:93) menyatakan bahwa loyalitas merupakan kebiasaan perilaku pengulangan pembelian, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya dan bercirikan dengan kegiatan mencari informasi eksternal dan evaluasi alternatif. Memiliki konsumen yang loyal merupakan hal yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan dalam upaya mempertahankan eksistensi perusahaan kedepannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan komitmen konsumen untuk kembali menggunakan jasa atau produk tertentu di masa sekarang dan masa akan datang dan enggan berpindah ke produk lain yang sejenis. Serta terdapat keterkaitan yang terdiri dari kepuasan pelanggan, kepercayaan dan komitmen. Banyak hal yang pembentuk loyalitas konsumen diantaranya adalah kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi hal yang harus diperhatikan bagi para pelaku usaha. Menurut Tjiptono (dalam Ria Wahyu: 2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu proses untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dengan demikian ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang di terima atau dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diinginkan (*expected service*). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hilman Ardianta Putra (2017) menunjukkan bahwa semakin baik

kualitas pelayanan maka dapat mendorong konsumen untuk merasa loyal terhadap produk/jasa tersebut.

Selain itu, kepercayaan konsumen menjadi salah satu hal yang dibutuhkan bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan konsumen, dan membangun kepercayaan bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Menurut Wardani (dalam Mu'izatul:2018) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kesediaan konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan karena yakin bahwa perusahaan tersebut mempunyai kehandalan untuk menepati janji yang diberikan kepada konsumen sehingga nantinya akan membentuk loyalitas pelanggan. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Vera Lusiana (2015) menyatakan bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa maka akan diikuti oleh meningkatnya loyalitas pelanggan. Selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Christina Irene Felita dan Edwin Japariato (2015) menyatakan bahwa dalam kasus The Body Shop, seorang customer yang memiliki *customer trust* terhadap suatu perusahaan maka akan memiliki peluang lebih besar untuk menjadi seorang konsumen yang loyal, karena terdapatnya ketidakpastian bahaya atau risiko yang dalam produk beauty & personal care.

Untuk memiliki konsumen yang loyal, maka perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Menurut Didin Fatihudin dan Fahmi (2019: 210) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk- produk atau jasa yang diterima. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan atau diterima). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ria Wahyu

Agustina (2019) menyatakan bahwa jika konsumen merasakan kepuasan, otomatis konsumen akan menjadi loyal dan akan melakukan pembelian ulang pada suatu produk atau merk yang sama dan tidak menutup kemungkinan konsumen akan menjadi pelanggan yang setia.

Salah satu klinik kecantikan yang ada di Mojokerto yakni Klinik Clarice , beralamatkan di jalan R.A Basuni 34 D-F Sooko, Mojokerto. Klinik Clarice Beauty berdiri pada tahun 2013, nama Clarice diambil dari bahasa latin yakni "Clarus" yang memiliki arti Bright atau cerah. Clarice Beauty memiliki beberapa cabang antara lain di Mojokerto, Jombang, Kediri, Surabaya dan beberapa daerah lainnya. Clarice Beauty menyediakan jasa treatment kecantikan seperti perawatan kuku, kecantikan wajah, perawatan tubuh, perawatan kulit wajah, perawatan kulit. menghilangkan flek hitam di wajah, membuat kulit semakin cantik, mampu mencerahkan kulit, menyembuhkan serta menghilangkan bekas jerawat. Dalam upaya menjamin kepuasan pelanggan, Clarice Beauty memberikan layanan konsultasi dokter kecantikan, menggunakan produk yang aman, dan terstandarisasi BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan pastinya menggunakan alat kesehatan yang aman, bersih serta tepat guna.

Loyalitas menjadi hal yang sangat penting bagi pihak Klinik Clarice untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan kedepannya. Kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen di Klinik Clarice sudah cukup baik, terlihat dari beberapa feedback positif yang diberikan oleh konsumen di jejaring sosial media milik Klinik Clarice serta beberapa feedback positif yang peneliti dapatkan dari beberapa konsumen secara langsung. Kedua hal tersebut harus dilakukan secara baik dan sesuai agar mampu menciptakan kepuasan konsumen

dengan harapan dapat membuat konsumen menjadi loyal atau setia menggunakan jasa yang ditawarkan oleh klinik Clarice.

Berpijak pada uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Service quality* dan *Customer trust* terhadap *Customer loyalty* melalui *Customer satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Klinik Kecantikan Clarice, Sooko Mojokerto)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah yang diangkat adalah :

1. Apakah *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* ?
2. Apakah *customer trust* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* ?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* ?
4. Apakah *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* ?
5. Apakah *customer trust* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* ?
6. Apakah terdapat pengaruh secara tidak langsung antara *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* ?
7. Apakah terdapat pengaruh secara tidak langsung antara *customer trust* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *service quality* secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *customer trust* secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *customer satisfaction* secara signifikan terhadap *customer loyalty*.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara *service quality* secara signifikan terhadap *customer loyalty*.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara *customer trust* secara signifikan terhadap *customer loyalty*.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara *customer trust* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoretis : hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan literatur, referensi atau acuan untuk menindak lanjuti penelitian-penelitian serupa serta menjadi bahan kajian yang lebih mendalam bagi para peneliti yang berminat pada kajian dan permasalahan yang sama.
2. Manfaat Praktis :
 - a. Bagi pemilik perusahaan agar dapat memberikan informasi, masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dimana dapat dipergunakan

untuk referensi dalam mengambil keputusan strategi bisnis dan sebagai acuan untuk meningkatkan usahanya.

- b. Bagi masyarakat agar dapat dijadikan sebagai referensi untuk memilih klinik kecantikan di wilayah Mojokerto.