

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Masyarakat di Indonesia sejak jaman dahulu kala sudah mengenal perawatan wajah dan tubuh untuk mempertahankan kondisi kesehatan tubuh dan meningkatkan kualitas kesehatan dengan cara yang sangat sederhana (Putra, 2015). Era globalisasi ini klinik kecantikan dan perawatan kulit makin banyak dikunjungi oleh masyarakat, karena sadar akan pentingnya menjaga penampilan melalui perawatan kesehatan dan penampilan kulit (Ghani, 2015). Di Indonesia, pada tahun 2018 sebuah survey juga menunjukkan adanya peningkatan permintaan untuk produk kecantikan dan perawatan, yakni sebanyak 32 persen. Nilai industri kosmetik dan perawatan kecantikan Indonesia diperkirakan mencapai Rp36 triliun pada tahun 2016, naik sekitar 12 persen dari total nilai pada tahun sebelumnya (Wasitaatmadja, 2018).

Klinik perawatan wajah dan tubuh merupakan sebuah klinik yang menawarkan jasa pelayanan dermatologi (Putra, 2015). Membangun kepercayaan konsumen maupun calon pelanggan sangat lah penting dalam bisnis yang menjual service, termasuk Klinik Kecantikan. Membangun kepercayaan tersebut dibutuhkan teknik kerja yang benar. Jika suatu layanan bisa melakukan perubahan para pelanggannya ke arah yang lebih baik, maka kepercayaan terhadap layanan tersebut juga meningkat (Elizabeth, 2018). Kepuasan pasien juga merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu pelayanan kesehatan. Pelayanan yang memuaskan akan berdampak pula pada kesehatan pasien tersebut (Hardivianty,

2014). Kepuasan pasien adalah suatu situasi dimana pasien dan keluarga menganggap bahwa biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima dan tingkat kemajuan kondisi kesehatan yang dialaminya (Hadidy, 2013).

Tingkat permintaan akan kebutuhan perawatan kecantikan dan untuk mengetahui prioritas pasien, dapat dilakukan pendekatan melalui analisis kesediaan dalam membayar/ *Willingness To Pay* (Xiao et al., 2019). *Willingness To Pay* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur nilai manfaat dalam analisis biaya-manfaat (Masaki et al., 2017), besarnya perubahan nilai *Willingness To Pay* ini disebabkan oleh peningkatan kepuasan konsumen, baik berupa hasil yang menyenangkan ataupun mengecewakan (Homburg et al., 2005). Kesediaan untuk membayar (*Willingness To Pay*) memiliki kepentingan yang jelas bagi organisasi bisnis mana pun karena kesediaan pelanggan untuk membayar harga yang lebih tinggi dapat mengarah pada profitabilitas dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi organisasi. *Willingness To Pay* berfungsi menilai persepsi seseorang tentang nilai dan kualitas suatu barang atau jasa karena harga yang lebih tinggi mencerminkan nilai yang lebih tinggi dan kualitas yang lebih baik (Handayani et al., 2019)

Dalam Al-Quran sendiri Allah SWT telah beberapa kali menyinggung tentang kecantikan wanita, baik dari kecantikan fisik atau jasmani, maupun kecantikan batin atau ruhani, salahsatunya seperti yang telah tercantum dalam Q.S Al-Ahzab ayat 52 :

لَا يَجُزُّ لَكَ النِّسَاءُ مِنْ بَعْدُ وَلَا أَنْ تَبَدَّلَ بَيْنَ مَنْ أَزْوَاجٍ وَلَوْ أَحْبَبْتَ حُسْنُهُنَّ إِلَّا مَا مَلَكَتْ يَمِينُكَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ رَقِيبًا

*Tidak halal bagimu mengawini perempuan-perempuan sesudah itu dan tidak boleh (pula) mengganti mereka dengan isteri-isteri (yang lain), meskipun kecantikannya menarik hatimu kecuali perempuan-perempuan (hamba sahaya) yang kamu miliki. Dan adalah Allah Maha Mengawasi segala sesuatu. (QS Al Ahzab 52)*

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Tingkat Kepuasan Pelayanan Klinik Kecantikan Terhadap *Willingness To Pay* Mahasiswa Prodi Kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”

## B. Rumusan Masalah

“Apakah terdapat hubungan antara tingkat kepuasan pelayanan klinik kecantikan terhadap *willingness to pay* mahasiswa prodi kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?”

## C. Tujuan Penelitian

### 1. Tujuan Umum :

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara tingkat kepuasan pelayanan klinik kecantikan terhadap *willingness to pay* mahasiswa prodi kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

### 2. Tujuan Khusus :

- a) Untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa prodi kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap mutu pelayanan Klinik Kecantikan.
- b) Untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa prodi kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap fasilitas fisik (*Tangible*) di Klinik Kecantikan.
- c) Untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa prodi kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap kehandalan (*Reliability*) petugas medis di Klinik Kecantikan.
- d) Untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa prodi kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap jaminan kepastian (*Assurance*) oleh Klinik Kecantikan.
- e) Untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa prodi kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap daya tanggap (*Responsiveness*) petugas medis di Klinik Kecantikan.
- f) Untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa prodi kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap empati (*Emphaty*) petugas medis di Klinik Kecantikan.
- g) Untuk mengetahui keputusan *willingness to pay* mahasiswa prodi kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

#### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat kepada berbagai pihak:

#### 1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat melatih kemampuan berpikir logis dan menambah ilmu pengetahuan peneliti tentang kualitas pelayanan pada sebuah klinik.

#### 2. Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pemberi masukan, saran dan pandangan kepada perusahaan/instansi penyelenggara klinik kecantikan untuk peningkatan mutu/kualitas layanan serta pencapaian kepuasan pasien

#### 3. Klinik Kecantikan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu menelaah kebutuhan dan keinginan pasien, serta mengetahui tingkat kepentingan, dilihat dari segi kualitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat memenuhi harapan bagi kepuasan pasien.

#### 4. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberi data awal, dan langkah awal untuk dilakukannya penelitian-penelitian lebih lanjut.

## E. Keaslian Penelitian

**Tabel 1.Keaslian Penelitian**

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variable</b>	<b>Perbedaan</b>	<b>Hasil</b>
<p><i>Willingness-to-pay and benefit-cost analysis chemical peels for acne treatment in china</i></p> <p>(Xiao et al., 2019)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Chemical Peels</i></li> <li>• <i>Willingness to pay</i></li> <li>• <i>Benefit Cost analysis</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjek Penelitian ini adalah Mahasiswa Kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta</li> <li>• Dalam penelitian ini tidak menggunakan variable <i>Chemical Peel</i> dan <i>Benefit Cost Analysis</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasien dengan jerawat di China bersedia membayar untuk treatment <i>chemical peeling</i> dengan rata rata harga untuk tiga kali CP adalah senilai USD 383,4.</li> <li>• <i>Chemical peeling</i> adalah tatalaksana jerawat yang dapat diterima dari sudut pandang ekonomi kesehatan.</li> <li>• <i>Willingness to pay</i> memiliki korelasi positif dengan keparahan jerawat yang dialami dan efek perawatan yang diinginkan.</li> </ul>
<p>Pengaruh kepuasan terhadap kemauan membayar (<i>willingness to pay</i>) jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek.</p> <p>(Harlianti et al.,2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepuasan dan Harapan Pasien Terhadap Pelayanan Konseling Apoteker di Apotek</li> <li>• <i>Willingness to pay</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjek Penelitian ini adalah Mahasiswa Kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta</li> <li>• Dalam penelitian ini menilai tingkat kepuasan pelayanan di Klinik Kecantikan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skor tertinggi kepuasan dan harapan pasien terhadap pelayanan konseling oleh apoteker di apotek adalah dimensi tangible.</li> <li>• Sedangkan skor terendah adalah dimensi assurance (jaminan) dan responsiveness (ketanggapan).</li> <li>• Dalam penelitian ini kepuasan tidak berpengaruh terhadap nilai WTP (p-value = 0,943).</li> </ul>
<p>Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loyalitas Pelanggan</li> <li>• Kualitas Produk</li> <li>• Kualitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjek Penelitian ini adalah Mahasiswa Kedokteran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta<sup>6</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk, kualitas layanan dan citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Cosmedic. Pengaruh tersebut menandakan bahwa semakin tinggi kualitas produk, kualitas</li> </ul>

<p>melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang) (Dennisa and Santoso,2016)</p>	<p>Layanan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Citra Merek</li> <li>• Kepuasan Pelanggan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam penelitian ini menggunakan variabel tingkat kepuasan pelayanan dan <i>willingness to pay</i></li> </ul>	<p>layanan dan citra merk yang dihasilkan Klinik Kecantikan Cosmedic, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk, kualitas layanan, citra merk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Cosmedic. Pengaruh tersebut menandakan bahwa semakin tinggi kualitas produk, kualitas layanan, citra merk, dan kepuasan pelanggan yang dihasilkan Klinik Kecantikan Cosmedic, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.</li> </ul>
--	--	--	---

