

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Setiap orang selalu berkeinginan untuk memiliki penampilan yang sempurna. Bukan hanya dalam berpakaian, namun juga kecantikan pada kulit wajah dan tubuh sudah menjadi prioritas utama dalam berpenampilan. Cantik merupakan kunci utama bagi kaum wanita yang dapat membuat wanita menjadi lebih percaya diri. Kebutuhan seseorang untuk melakukan perawatan dengan membeli produk kecantikan akan memberikan pengaruh yang besar bagi perkembangan industri kecantikan di Indonesia.

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin pesat, masyarakat juga dituntut untuk lebih modern. Salah satu tuntutan modern tersebut adalah penampilan fisik, dimana penampilan fisik dapat digunakan sebagai modal untuk bersosialisasi dengan masyarakat umum. Pada wanita khususnya, kecantikan merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam menunjang penampilannya. Banyak wanita dibuat merasa tidak nyaman dengan tubuhnya dan mereka akan berusaha mencari penyelesaiannya dengan melakukan perawatan kecantikan. Dalam melakukan perawatan tersebut mereka banyak menggunakan produk kecantikan yang dimaksudkan untuk mendapatkan suatu penampilan fisik yang sempurna.

Semakin kompetitifnya persaingan industri kosmetik dan klinik kecantikan di Yogyakarta membuat masyarakat semakin memiliki banyak pilihan untuk mempercayakan dirinya membeli produk dan perawatan di klinik kecantikan. Mayoritas wanita di Indonesia pastinya telah mengenal ataupun akrab dengan berbagai macam produk kecantikan yg tersebar luas di Indonesia, sebelum memakai produk tersebut tentunya para wanita ini terlebih dahulu

memahami kualitas produk yang ingin di belinya. Kualitas produk itu sendiri merupakan salah satu faktor yang paling menentukan bagi para wanita untuk membeli produk yang bisa mempercantik dirinya. Menurut *The American Society for Quality* dalam Kotler & Amstrong (2008) kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Untuk memenangkan persaingan dalam bisnis atau usaha, perusahaan wajib memiliki banyak macam cara taktik pemasaran yg sempurna & efektif, salah satunya menggunakan produk yang berkualitas & menaruh pelayanan atau jasa yg berkualitas sesuai kebutuhan pelanggan atau yang diharapkan pelanggan. Menurut Tjiptono (2016), berpendapat bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Selain melalui peningkatan kualitas produk dan pelayanan, perusahaan juga harus meningkatkan citra merek atau *brand image*. Menurut Kotler dan Keller (2009) “Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya”.

Jika perusahaan mengetahui apa yang diharapkan atau dibutuhkan oleh pelanggan, perusahaan dapat menghasilkan produk dan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelanggan atau konsumen diharapkan merasa puas dan menjadi loyal. Menurut Lovelock (2011), loyalitas ditunjukkan kepada suatu perilaku yang ditunjukkan kepada pembelian berulang dan merekomendasikan produk perusahaan kepada teman sekitarnya.

Menurut Kotler dan Keller (2013), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan menceritakan produk

tersebut kepada orang terdekat. Apabila pelanggan merasa tidak puas maka akan beralih ke produk lain dan tidak menceritakan ketidakpuasannya kepada siapapun.

Besarnya kebutuhan seseorang untuk merawat diri agar terlihat cantik dan semakin berkembangnya gaya hidup baik kamu wanita ataupun kamu laki-laki, pada akhirnya memberikan pengaruh yang besar bagi pesatnya perkembangan industri kecantikan di Indonesia. Fenomena ini mendukung munculnya banyak klinik-klinik kecantikan yang menawarkan produk dan layanannya untuk memenuhi kebutuhan setiap orang akan perawatan kecantikan. Ada banyak merek produk kecantikan dan perawatan dokter yang beredar di pasaran, dengan berbagai macam merek dan salah satunya adalah Klinik Kecantikan Natasha Skincare. Klinik Kecantikan Natasha Skincare merupakan perawatan kecantikan kulit yang memadukan teknologi terkini dalam perawatan kulit terkini dengan tenaga profesional yang siap membantu mewujudkan impian kulit yang sehat dan terawat.

Klinik Kecantikan Natasha Skincare yang berpusat di Yogyakarta ini, memiliki puluhan cabang diseluruh Indonesia. Yang mana setiap cabang Klinik Kecantikan Natasha Skincare didukung oleh ketersediaan dokter spesialis kulit atau kecantikan untuk mendiagnosa jenis kulit yang dimiliki. Pelanggan Klinik Kecantikan Natasha Skincare terdiri dari berbagai macam usia, kelamin, status sosial, maupun kelompok. Klinik Kecantikan Natasha Skincare Natasha menyediakan perawatan facial, perawatan tubuh, dan ada produk yang bisa dipakai di rumah untuk perawatan wajah sesuai dengan kondisi kulit konsumen. Ada banyak produk perawatan kecantikan yang beredar di pasaran, tetapi dalam hal ini pelanggan produk Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta semakin meningkat apabila dilihat dari penuhnya pelanggan yang berkunjung disana. Sehingga membuat penulis ingin meneliti apakah produk dan layanan Klinik Kecantikan Natasha Skincare memenuhi kepuasan pelanggan dengan produk yang

mereka pakai sehingga konsumen cenderung menjadi loyal dalam menggunakan produk tersebut atau hanya sebatas menggunakan saja. Sangat penting bagi perusahaan untuk terus menerus memperhatikan atau mengamati perkembangan kepuasan pelanggan terhadap perusahaannya. Kunci terpenting bagi sebuah perusahaan untuk memenangkan persaingan pasar adalah menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama yang harus dicapai karena hal adalah salah satu faktor pelanggan menjadi loyal.

**Tabel 1. 1 Top Brand Index**

NO.	Nama Klinik
1.	Natasha Skin Care
3.	Bella Skincare
4.	Klinik Dr. Eva Mulia
5.	London Beauty Center

Sumber : TopBrand-award.com 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa setidaknya terdapat 5 Top Brand klinik kecantikan atau perawatan kulit. Klinik Kecantikan Natasha Skincare menempati posisi pertama, Klinik Kecantikan Natasha Skincare juga mendapat beberapa penghargaan seperti pada tahun 2019 mendapatkan penghargaan atas komitmennya membangun dan mempertahankan kualitas yang baik selama 25 tahun, penghargaan *Word Quality Commitment* yang diserahkan langsung oleh Jose E Prieto, President dan CEO BID Grup One. Melalui ajang *Beauty Icon Award* yang merupakan rangkaian acara dalam ajang *CosmoBeate* 2019, Natasha dinobatkan sebagai *Best Aesthetic & Antiaging Clinic* terbaik, juga pendiri Natasha dr. Fredi Setyawan, dinobatkan sebagai dokter *Estetika & Antiaging* terbaik. Penghargaan tersebut diterima oleh dr. Fredi Setyawan, dr. Tantri Onny Bianty dan dr. Dody Budiarmo di Jakarta Convention Center. (Natasha.com)

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan

Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare Di Yogyakarta”. Penelitian ini merupakan replikasi murni dari Dennisa dan Santoso pada tahun 2016 yang berjudul Analisis “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)” . Persamaan dari penelitian ini dengan jurnal acuan yaitu dari variabelnya yang sama. Kemudian perbedaannya yaitu pada subjek dan objek penelitian.

#### **A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk kecantikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta?
4. Apakah kualitas produk kecantikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta?
6. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta?

8. Apakah kualitas produk kecantikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta?
9. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare Di Yogyakarta?
10. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta?

## **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk kecantikan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.

7. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.
8. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk kecantikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.
9. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.
10. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Klinik Kecantikan Natasha Skincare di Yogyakarta.

### **C. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini mempunyai manfaat :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi atau bahan acuan yang dapat dijadikan pertimbangan bagi peneliti yang akan meneliti masalah sejenis bagi pengembangan pengetahuan serta menjadi salah satu referensi untuk kajian lebih mendalam khususnya bidang kecantikan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan agar perusahaan bisa meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra mereknya agar pelanggan menjadi loyal dan meningkatkan kepuasan pada pelanggan.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu informasi dan referensi untuk penelitian berikutnya.