BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan yang pesat didunia kecantikan saat ini hanya menjadi kebutuhan untuk masyarakat umum saja akan tetapi juga menjadi prospek bisnis yang prospektif, bisnis kecantikan dari tahun ketahun semakin meningkat dan berkembang pesat seiring dengan perkembangan jaman. Selain itu juga didukung pula dengan hadirnya salon kecantikan murah dan sangat terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat hingga bisnis salon.

Kepuasanan pelanggan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan 5 (lima) dimensi spesifik dari layanan. Zeithaml dan bitner (2006) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan lebih eksklusif yang dipengaruhi oleh kualitas layananan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia.

Faktor lain yang mempengaruhi kualitas pelanggan adalah kualitas produk. Payne dalam Hidayat (2009) memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Pelanggan membeli jasa untuk menyelesaikan masalah kulit dan pelanggan memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan pelanggan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan di terimanya. Kualitas produk klinik kecantikan

didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas layanan dan kualitas produk bagi pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan dan minat pelanggan. Dalam jangka panjang minat pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran jasa klinik kecantikan. Disamping itu pada bagian ini juga dijelaskan hubungan antara kualitas layanan dengan minat pelanggan. Hubungan antara kualitas layanan dengan minat pelanggan dalam 4 bentuk hubungan langsung maupun tidak langsung dengan atau dimoderatori oleh kepuasan pelanggan juga semakin tinggi. Dengan semakin adanya perkembangan didunia pekerja maka sudah bisa kita lihat bahwa banyak kaum pria juga tidak kalah dengan wanita dalam menjaga kesehatan kulit wajahnya, oleh sebab itu LBC mulai melayani sektor ini dengan memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik yang dapat menjawab kebutuhan wanita dan pria dalam hal kesehatan dan kecantikan kulit.

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 dimedia 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 ditelevisi. Melalui media ini dibentuklah pencitraan (manusia sempurna) demi eksploitasi untuk menciptakan pemasaran komoditi-komoditi pelaku usaha. Wanita-wanita ini percaya terhadap citra ideal yang diciptakan oleh produsen.

Setiap manusia khususnya wanita sangat ingin mendambakan kecantikan. Rupanya, tuntutan itu ditanggapi dengan munculnya berbagai macam industri kecantikan. Tujuan dan maksud dari bermunculananya 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 solo 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. Beberapa salon disolo diantaranya, 1) Natasha skin care,

yang menawarkan jasa perawatan kulit: skin care diantaranya dengan skin facial, kemudian jasa perawatan tubuh: body care, 2) Larisa, yang menawarkan jasa perawatan kulit wajah, dan 3) London Beauty Center (LBC), yang menawarkan jasa perawatan kulit: untuk jerawat, memutihkan wajah, kemudian jasa perawatan tubuh: body whitening. Selain itu terdapat klinik kecantikan yang dibuka dan ditangani secara langsung oleh dokter spesialis kulit.

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.

Namum, proses perawatan tubuh dapat menyebabkan efek-efek terhadap tubuh, sinar laser digunakan secara berlebihan dan tidak sesuai dengan takaran yang aman untuk pemakaian terus-menurus 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 veriabel-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 lainya, 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.

Tim kerja penyusunan Naskah Akademis Badan Pembinaan Hukum Nasional Departemen RI merumuskan pengertian produk yang cacat sebagai berikut:

> “ Setiap produk yang tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya, baik kerena kesengajaan maupun kelalaian dalam mamproses maupun disebabkan hal-hal lain yang terjadi dalam peredaranya, atau tidak menyediakan syarat-syarat keamanan bagi manusia atau harta benda mereka dalam penggunaanya, sebagaimana diharapkan orang ”.

Pengertian cacat produk dalam pasal KUH perdata dapat diartikan sebagai cacat yang “sungguh-sunguh”. Bersifat sebagaimana yang dapat mengakibatkan barang itu “ tidak dapat digunakan ” dengan baik dan sempurna

sesuai dengan keperluan yang semestinya dihayati oleh benda itu mengakibatkan benda tersebut dari tujuan pemakaian yang semestinya. Dari pengertian ini salah satu tanggung jawab bagi produsen untuk mengutamakan kualitas barang yang diproduksi dari pada mengejar jumlah kuantitas barang yang diproduksi.

Persoalan yang dihadapi konsumen semakin bertambah banyaknya dimasa krisis belakangan ini, beban konsumen bertambah sangat berat dengan naiknya harga sembako yang sangat tinggi walaupun kualitas barang yang dipertanyakan.

Penerapan hak atas informasi yang dilakukan oleh klinik-klinik kecantikan sekarang ini sepenuhnya tidak sesuai dengan informasi. Seperti yang dialami oleh konsumen memakai jasa kecantikan di LBC solo. Dia menulis dalam sebuah blog website, bahwa dia telah menggunakan produk kosmetik dari Natasha solo selama kurang lebih 2 tahun, tetapi belum menampakkan hasil yang sangat memuaskan, hal ini terjadi justru sebaliknya kulitnya menjadi kemerah-merahan yang tidak bisa hilang meskipun telah memakai kosmetiknya secara berulang-ulang.

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 wajahanya, namun juga

keinginan untuk berpenampilan wajah yang cantik dan tubuh yang sehat dan menarik.

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan diatas, melatarbelakangi penulis untuk mengadakan penelitian dan menuangkan hasil penilitian tersebut dalam bentuk karya tulis ilmiah skripsi dalam judul **" Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen menggunakan produk LBC (klinik kecantikan) di Solo."**

B. Rumusan masalah

Bedasarkan latar belakang diatas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen menggunakan produk LBC (klinik kencatikan) di Solo
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen menggunakan produk LBC (klinik kencatikan) di Solo
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen menggunakan produk LBC (klinik kencatikan) di Solo

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

D. Manfaat penelitian

Manfaat yang diperoleh adalah :

1. Penelitian ini penting karena implikasi strategis yang dihasilkan dari temuan dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang perlu diperhatikan dalam mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di LBC solo, sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat untuk semakin meningkatkan loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian di LBC Solo.
2. Bagi perusahaan dapat dipergunakan sebagai mana dasar-dasar untuk memperoleh tentang informasi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen
3. Bagi penulis

   Penelitian ini sebagai prasyarat untuk menempuh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Surakarta dan harapan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh selama mengikuti proses perkuliahan, khususnya mengenai pendidikan pemasaran guna mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk.

E. Sistematika Skripsi

Skripsi ini terdiri dari lima bab,gambaran pembahasan masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan tentang berbagai teori yang relevan dengan penelitian yaitu loyalitas, kualitas layanan, kepuasan konsumen, pengaruh Kualitas layanan, kepuasan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, kepuasan konsumen,pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pemikiran, hipotesis, populasi, sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, pengukuran dan instrumen penelitian, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menerangkan gambaran umum obyek penelitian, gambaran populasi dan responden, analisis data, dan pembahasan dari analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang ditarik dari analisis data dan pembahasan, serta saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN