BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Adanya kebutuhan konsumen terhadap penampilan yang menarik, sehat dan bersih, membuka sebuah peluang bisnis yang besar bagi para pengusaha ataupun penyedia jasa untuk membuka klinik kecantikan. Sekarang ini sudah banyak pusat perawatan kecantikan yang bermunculan dengan berbagai macam metode perawatannya, sehingga semakin kompetitif persaingan industri klinik kecantikan, semakin banyak pilihan konsumen untuk mempercayakan dirinya disebuah klinik kecantikan, salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mendapatkan konsumen yang loyal yaitu dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu kewaktu, Salah satu tempat perawatan kecantikan tersebut adalah Nava Green.

Peter and Olson (2000) mengemukakan jika konsumen tidak dipuaskan konsumen cenderung beralih merek serta mengajukan keberatan pada perusahaan atau bahkan menceritakannya kepada konsumen lain. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, maka persaingan semakin meningkat. Perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memuaskan atau bahkan melebihi harapan konsumennya. Hansemark dan Albinsson (2004) serta Mowen and Minor (2002) menyatakan Kepuasan konsumen adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukan konsumen atas barang atau

jasa setelah konsumen memperoleh atau menggunakanya. Sudah menjadi pendapat umum jika konsumen merasa puas dengan suatu jasa, konsumen cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman konsumen yang menyenangkan dengan produk teresebut. Pengalaman yang mampu membuat sikap positif terhadap konsumen, akan menimbulkan rasa puas atau kepuasan pelanggan, disamping itu untuk perasaan positif yang dibangun terhadap produk akan membangun kepercayaan.

Mowen dan Minor (2002) menyatakan kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Kepercayaan merupakan pengetahuan kongnitif kita tentang sebuah objek, maka sikap merupakan tanggapan perasaan atau afektif yang kita miliki tentang objek. Pertama-tama konsumen membentuk kepercayaan terhadap sebuah produk kemudian mengembangkan sikap. Jika sikap menjadi positif maka akan terjadi loyalitas pelanggan. Peter and Olson (2000) menyatakan loyalitas adalah sebagai keinginan melakukan dan perilaku pembelian ulang. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang menunjukan kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan terdapat pengaruh positif, Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Nina Kurniasari dan Nina Ramawati (2012) Oleh karena itu, pentingnya penelitian ini dilakukan karena kepuasan pelanggan, kepercayaan

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa perawatan kecantikan.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kepercayaan pelanggan memoderasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini akan digunakan:

1. Untuk menganalisis pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dimoderasi oleh kepercayaan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini agar:

1. Bagi peneliti

   Menambah pengetahuan khususnya dalam menghasilkan konsep mengenai kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas produk.

2. Bagi peneliti lain

   Peneliti ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan dalam melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel yang beda.

3. Bagi pembaca

   Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan kajian ilmu manajemen, khususnya dalam menghasilkan konsep loyalitas pelanggan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisannya penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang pengertian kepuasan pelanggan, pengertian kepercayaan pelanggan, pengertian loyalitas, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODA PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode dan pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai sejarah singkat, Gambaran Umum, karakteristik responden, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.