

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya (Gofur, 2019). Memasuki era globalisasi menuju Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015, memungkinkan satu negara menjual barang dan jasa dengan mudah sehingga persaingan akan semakin ketat. Banyaknya usaha yang ada semakin membuat banyak perusahaan tertarik dalam bersaing. Salah satu bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis jasa (Roring, Oroh, & Gulla, 2015)

Perkembangan masyarakat serta aktivitas masyarakat yang tinggi terutama di wilayah perkotaan untuk saat ini menyebabkan para pelaku bisnis memanfaatkan peluang tersebut dengan mendirikan berbagai macam terobosan-terobosan bisnis baru sebagai *alternative* bagi para konsumennya. Salah satu sektor yang menjadi trend di kalangan wanita khususnya, yaitu menjamurnya berbagai macam klinik kecantikan yang menawarkan berbagai macam perawatan, baik untuk jasa maupun produk perawatan kulit (Worodiyanti, 2016). Banyaknya perusahaan dalam bidang perawatan kulit,

membuat pelanggan lebih teliti dalam memilih perusahaan yang memang benar-benar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka. Dengan begitu perusahaan dalam bidang perawatan jasa harus lebih dahulu melakukan survey tentang perawatan yang seperti apa yang memang diinginkan pelanggan saat ini, sehingga mereka dapat memberikan pelayanan dengan baik. Apabila mereka tidak bisa memberikan pelayanan yang terbaik, maka pelanggan akan banyak mengeluh tentang pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut (Nastiti & Budiadi, 2014).

Perusahaan di bidang klinik kecantikan tentunya tidak lepas dari adanya faktor harga produk atau jasa dan faktor kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan pada konsumennya. Untuk itu, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kedua faktor tersebut tujuannya untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif. Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.

Penetapan harga merupakan salah satu komponen terpenting pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran) (Yusnani dan Sutrisna, 2018).

Klinik perlu memikirkan tentang harga. Harga yang ditetapkan haruslah tepat atau sesuai di mata pelanggan, karena harga yang tidak sesuai atau terlalu mahal justru membuat pelanggan pindah ke klinik

kecantikan lainnya. Harga yang mahal juga akan membuat pasien meningkatkan harapan terhadap kualitas pelayanan yang akan mereka terima semakin baik. Jika harapan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh Klinik Kecantikan maka pelanggan akan kecewa lalu menimbulkan keluhan.

Agar tidak menimbulkan kekecewaan, maka perlu bagi sebuah perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan, semakin produsen menyadari akan arti penting pelayanan maka akan semakin maju dan berkembang bisnis tersebut. Hal inilah yang disadari oleh para produsen maka dari itu dengan adanya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan mereka berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen. Dengan tujuan agar tetap eksis didunia bisnis. Mereka berlomba memberikan fasilitas yang diinginkan oleh para konsumen dan berusaha mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen.

Kepuasan konsumen sangat berpengaruh penting terhadap perkembangan suatu Klinik Kecantikan ketika konsumen merasa puas maka ia akan kembali lagi membeli produk atau menggunakan jasa Klinik Kecantikan tersebut. Namun ketika konsumen tidak merasa puas maka ia bisa saja pergi ke Klinik Kecantikan lain.

Andersson and Karlström (2014) menyimpulkan bahwa kepuasan adalah faktor terpenting dalam mendapatkan bisnis jangka panjang. Ini adalah praktik umum bahwa tujuan sebenarnya dari hubungan bisnis

adalah untuk menciptakan dan mempertahankan nilai timbal balik antara penjual dan pembeli.

Besarnya harapan konsumen pada bisnis jasa tersebut membuat para konsumen sangat detail dalam memilih Klinik Kecantikan yang akan dapat memuaskan keinginan mereka, konsumen akan memilih Klinik Kecantikan apa yang akan digunakan untuk mereka. Sehingga tugas Klinik Kecantikan agar meningkatkan kualitas pelayanan dan juga dapat menetapkan harga dengan tepat, sehingga akan dapat pula meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan dasar itulah, maka peneliti merasa tertarik untuk menganalisis secara mendalam tentang **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ella Skin Care (Studi Pada: Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

D. Manfaat Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini antara lain dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat berguna, terutama pada ilmu perilaku konsumen dalam hal faktor harga, kualitas pelayanan dan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan dan masukan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Klinik guna menentukan langkah yang lebih tepat dalam pengembangan startegi pemasaran.

b. Bagi konsumen

Penelitian ini berguna sebagai sumbangan pemikiran dan rujukan bagi pihak yang berkepentingan terutama masyarakat luas mengenai kepuasan konsumen klinik Ella Skin Care