

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, perawatan kecantikan sudah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak klinik-klinik kecantikan yang menawarkan produk atau jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis mampu memaksimalkan kinerjanya agar dapat bersaing (Andris, 2018:41). Dengan memahami keinginan pelanggan, akan memberi masukan untuk perusahaan merancang strategi pemasaran agar menciptakan kepuasan pelanggan.

Loyalitas merupakan perilaku setelah melakukan pembelian atau menggunakan produk. Bentuk dari loyalitas konsumen adalah memberikan profitabilitas bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal dapat menunjukkan sikap dan perilaku yang positif serta dapat memberikan rekomendasi yang positif sehingga dapat menjadi alat promosi bagi perusahaan tersebut (Tjahyadi, 2016:32). Maka di perlukan usaha untuk membangun dan mempertahankan loyalitas tersebut.

Loyalitas konsumen merupakan faktor pendukung utama dalam siklus dari sebuah perusahaan, sehingga penting bagi perusahaan untuk merencanakan bagi konsumen dalam waktu yang cukup panjang bisa loyal terhadap perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:153) loyalitas pelanggan adalah “Komitmen yang mendalam untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai di masa depan meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi

menyebabkan perilaku beralih”. Banyaknya klinik kecantikan di kabupaten Kudus membuat konsumen memilah dan memilih mana yang baik. Berikut daftar klinik kecantikan terfavorit di kabupaten Kudus.

Tabel 1. 1
Daftar Klinik Kecantikan Favorit di Kudus

No	Nama klinik kecantikan
1	Natasha <i>Skin Care</i>
2	Erha <i>Skin</i>
3	Larissa <i>Aesthetic Center</i>
4	Ella <i>Skin Care</i>
5	Esther Griya Cantik
6	London <i>Beauty Center</i>
7	Muntira <i>Skin Care</i>
8	Mariane <i>Aesthetic Clinic</i>
9	Reta <i>Beauty Clinic</i>
10	Klinik Pratama Mardi Utama

Sumber: <https://jejakpiknik.com/klinik-kecantikan-di-kudus/> (2020)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa Muntira *Skin Care* berada di posisi ketujuh. Posisi pertama masih di pegang oleh Natasha *Skin Care*. Belum maksimalnya Muntira *Skin Care* menjadi alasan peneliti melakukan penelitian.

Tabel 1. 2
Jumlah Member Muntira Skin Care

Tahun	Jumlah memeber	Kenaikan Jumlah Member
2018	1.555 orang	
2019	1.602 orang	47 orang
2020	1.622 orang	20 orang

Sumber : Muntira *Skin Care* Kudus, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tiap tahun mengalami peningkatan pelanggan. Namun peningkatan cenderung menurun pada setiap tahunnya. Pada tahun 2019 mengalami peningkatan 47 orang, di 2020 hanya mengalami peningkatan 20 orang.

Tabel 1. 3
Data Pengunjung Pasien Muntira Skin Care Kudus Bulan Januari s/d
Desember 2020

No	Bulan	Jumlah pengunjung
1	Januari	411
2	Februari	375
3	Maret	292
4	April	204
5	Mei	300
6	Juni	254
7	Juli	270
8	Agustus	311
9	September	322
10	Oktober	441
11	November	404
12	Desember	397

Sumber : Muntira *Skin Care* kudus, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tiap bulan diambil dari bulan Januari s/d Desember 2020 mengalami peningkatan dan penurunan secara fluktuatif. Penurunan pada bulan Februari hingga April, Juni hingga Juli, dan bulan Desember.

Citra perusahaan merupakan pandangan atau kesan dari pihak lain dalam melihat perusahaan, citra juga merupakan aset penting dari perusahaan maupun organisasi serta kesan yang diperoleh pengetahuan dan pengalamannya (Elvinaro 2011:62). Memiliki citra baik di masyarakat merupakan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, keuntungan jangka panjang tersebut meliputi kepercayaan publik terhadap layanan dan produk perusahaan.

Selain bergantung dari bagaimana cara penerapan citra perusahaan, kualitas pelayanan juga menjadi pendukung yang utama untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (Lupiyoadi,

2013:148). Kualitas pelayanan sering kali di digunakan konsumen untuk bahan pertimbangan dalam memutuskan untuk penggunaan kembali produk atau jasa yang ditawarkan oleh pemasar (Sudarso, 2016:57). Jika klinik kecantikan Muntira *Skin Care* bisa memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggannya maka, dipastikan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Faktor lain penentu kepuasan pelanggan yaitu penanganan keluhan. Penanganan keluhan merupakan bentuk evaluasi diri dari kinerja yang telah dilakukan perusahaan. Dengan adanya keluhan pelanggan perusahaan dapat mengetahui kelemahan yang ada dalam perusahaan dan memperbaiki kelemahan tersebut. Penanganan keluhan menurut Bell & Luddington (2016 : 78) bahwa keluhan pelanggan (*customer complaint*) adalah umpan balik dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif.

Fenomena lapangan pada Muntira *Skin Care* Kudus antara lain adanya pelayanan yang masih belum maksimal. Dan sarana parkir yang masih kurang luas, sehingga banyak kendaraan roda empat parkir sampai bahu jalan.

Research gap dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Agnesia Leonard (2018 : 118) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Ramesh (2015 : 16) menyatakan bahwa Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian menurut Vika, dkk (2019:64) bahwa Citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli.

Sudarti (2017:7) menyatakan bahwa penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan A. Salim, dkk

(2018:408) menyatakan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Takiyza, dkk (2019:491) menyatakan bahwa penanganan komplain tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan.

Choiriah (2019:239) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Andini Lestari (2019:11) bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan. Ngo Vu (2016:106) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Ni'mah (2019:555) menyatakan bahwa citra merk berpengaruh terhadap loyalitas. Rahi (2016:3) menyatakan bahwa citra merk berpengaruh positif terhadap loyalitas. Berbeda dengan Atmaja (2016:202) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Suryandrawati (2020:29) menyatakan bahwa penanganan keluhan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Hidayanti (2020:30) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan penanganan keluhan terhadap loyalitas. Bertolak belakang dengan Salim (2018:10) menyatakan bahwa penanganan keluhan tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Anugrahani (2016:5) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh sangat signifikan terhadap loyalitas. Leninkumar (2017:452) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Irnandha (2016:665) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian klinik kecantikan Muntira *Skin Care* Kudus untuk menguji pengaruh antar variabel dengan judul **Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus).**

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahan dalam penelitian adalah berikut ini :

- 1) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
 - a) Variabel Endogen pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.
 - b) Variabel Intervening dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.
 - c) Variabel Eksogen dalam penelitian ini adalah citra perusahaan, penanganan keluhan dan kualitas pelayanan.
- 2) Obyek dari penelitian ini adalah Klinik kecantikan Muntira *Skin Care* Kudus.
- 3) Responden dalam penelitian ini adalah Pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.
- 4) Jadwal penelitian ini adalah bulan April setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Persaingan bisnis klinik kecantikan semakin marak terjadi. Hal tersebut menjadi suatu tantangan bagi perusahaan saat ini. Masyarakat

akan semakin kritis dalam memilih klinik kecantikan yang menurutnya baik. Sehingga Muntira *Skin Care* perlu menjaga kualitas pelayanan kepada konsumen. Selain itu citra perusahaan yang baik ditingkatkan untuk menarik pelanggan bahwa Muntira *Skin Care* memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Dan penanganan keluhan juga menjadi satu pertimbangan dalam memilih klinik kecantikan. Dapat di ambil perumusan masalah sebagai berikut :

- a. Muntira *skin care* berada di posisi ke tujuh di daftar klinik kecantikan terfavorit di kota kudu. Posisi pertama masih dipegang oleh Natasha *Skin Care* hal ini mengindikasikan bahwa masih perlunya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pada pelanggan pada Muntira *Skin Care*.
- b. Terjadi penurunan pengunjung sehingga hal tersebut diindikasikan dari loyalitas pelanggan Muntira *Skin Care* juga mengalami penurunan .

Berdasarkan dua masalah tersebut penelitian ini menjelaskan cara bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, citra perusahaan dan penanganan keluhan sehingga bisa dimunculkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus?
2. Bagaimana pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus?
4. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.
5. Bagaimana pengaruh penanganan keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

- 1) Menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.
- 2) Menganalisis pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.
- 3) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.
- 4) Menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.
- 5) Menganalisis pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.

- 6) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.
- 7) Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

a. Bagi Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai citra perusahaan, penanganan keluhan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan bagi Muntira *Skin Care* Kudus hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Muntira *Skin Care* Kudus.

