

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor industri sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat, salah satunya adalah industri kosmetik atau industri kecantikan. Bisnis kecantikan di Indonesia saat ini sangat digemari masyarakat terutama kaum wanita. Permintaan pasar yang meningkat dan teknologi yang berkembang menjadikan industri kosmetik atau kecantikan menjadi kebutuhan masyarakat terutama kaum wanita yang melakukan perawatan tubuh menjadi kebutuhan utama. Sari (2022:55) mengatakan bahwa kebutuhan akan kecantikan berdampak besar bagi kemajuan sektor industri kecantikan. Pengusaha dituntut untuk memberikan pelayanan yang unggul di bidangnya supaya perusahaan tersebut tetap ada dan diakui keberadaannya serta banyak peminatnya. Besarnya keinginan konsumen untuk terus terlihat cantik dan menjaga penampilannya saat ini memberikan peluang yang sangat pesat di industri kosmetik atau kecantikan atau sering disebut *skincare*. Perusahaan di tuntut supaya menghasilkan produk-produk yang berkualitas untuk menghadapi persaingan antar industri kecantikan (Imran, 2018:53).

Perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat. Razak & Nayan (2020:79) mengatakan bahwa masalah penampilan merupakan bagian dari hidup yang harus diperhatikan, hal ini dikaitkan dengan fenomena yang ada bahwa masyarakat sekarang semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan agar selalu tampil menarik. Salah satu

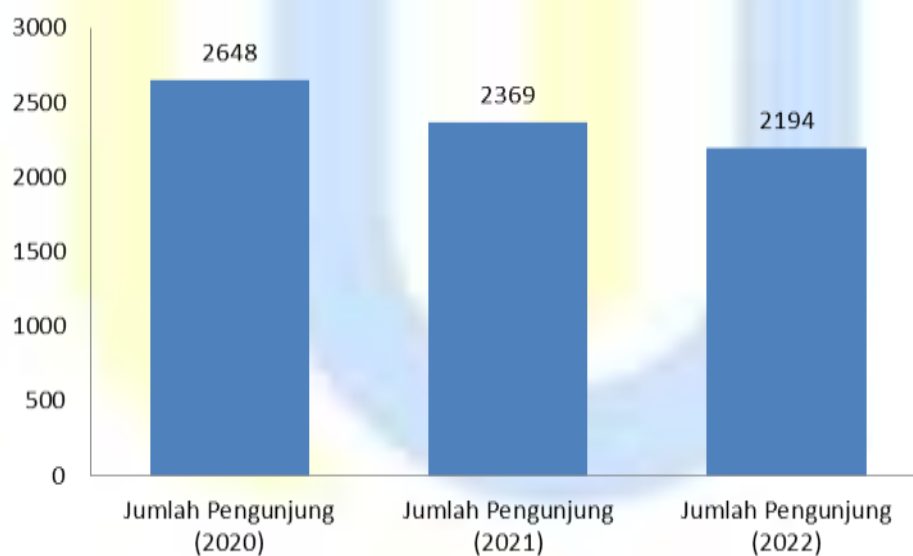
bisnis atau usaha yang juga ikut merasakan perubahan *lifestyle* masyarakat saat ini adalah bisnis kecantikan. Bisnis ini merupakan bisnis yang pangsa pasarnya tidak mengenal umur, siapa saja membutuhkannya mulai dari remaja hingga orang tua. Kondisi tersebut mendukung munculnya banyak klinik-klinik kecantikan yang menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan, khususnya kaum wanita (Handayani & Hidayat, 2022:140).

Industri kecantikan di Indonesia sendiri sudah mencapai ribuan, hal ini menjadi tantangan bagi masyarakat Indonesia untuk pintar memilih produk kecantikan yang tepat, aman dan berkualitas. Konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk dan jasa yang di tawarkan sesuai dengan apa yang di butuhkan dan diinginkan. Imran (2018:57) mengatakan bahwa saat ini persaingan antar merek semakin ketat sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Agar tetap bertahan, maka produsen harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen terutama cara untuk mempertahankan kesetiaan konsumennya. Begitu pula dengan persaingan klinik kecantikan yang semakin banyak pesaing di Indonesia. Perusahaan harus memperhatikan kebutuhan, keinginan dan kepuasan para konsumen sehingga menciptakan keputusan pembelian produk tersebut (Muhammad *et al.*, 2020:25).

Klinik Armina Skincare Demak pertama kali berdiri pada tahun 2015 yang terletak di Desa Bogorame, Kec. Mangunjiwan. Klinik Armina Skincare Demak merupakan klinik kecantikan atau *aesthetic clinic* yang menyediakan jasa perawatan kecantikan. Klinik kecantikan ini melayani perawatan wajah, perawatan kulit, *fasial*, skincare, infus whitening/suntik putih, suntik vitamin C

dan perawatan pengobatan jerawat (*acne*). Klinik ini menawarkan jasanya dengan kualitas terbaik dengan tenaga dokter kecantikan profesional sehingga terpercaya dengan hasil perawatan terbaik. Klinik kecantikan ini juga tersedia produk kosmetik, cream kecantikan, skincare dan lainnya. Seiring berjalannya waktu, Klinik Armina Skincare Demak mulai berkembang dan membuka satu cabang yang terletak di Desa Krajan Wetan, Trengguli, Kec. Wonosalam pada tahun 2019.

Penelitian ini dilakukan pada cabang Klinik Armina Skincare Demak yang terletak di Desa Bogorame, Kec. Mangunjiwan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada studi awal (Observasi awal peneliti pada tanggal 15 Maret 2023). Selama 3 tahun terakhir, jumlah pengunjung Klinik Armina Skincare Demak terus menurun. Hal ini dapat dilihat dari data pengunjung Klinik Armina Skincare Demak tahun 2020-2022 sebagai berikut.



Sumber data: Bagian Informasi Klinik Armina Skincare Demak 2023.

Gambar 1.1 Data Pengunjung Klinik Armina Skincare Demak

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Klinik Armina Skincare Demak dari tahun ke tahun terus mengalami penurunan. Berdasarkan data pada tahun 2020 terdapat 2.648 pengunjung, turun menjadi 2.369 pengunjung pada tahun 2021 dan turun lagi pada tahun 2022 menjadi 2.194 pengunjung. Menurunnya jumlah pengunjung disetiap tahun mengindikasikan adanya permasalahan mengenai kepuasan pelanggan yang disebabkan faktor-faktor lain oleh pelanggan Klinik Armina Skincare Demak.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Supervisor Klinik Armina Skincare Demak mengatakan bahwa menurunnya jumlah pengunjung setiap tahun disebabkan oleh harga produk dan treatment yang terlalu mahal dibandingkan dengan harga produk dan treatment sejenis ditempat lain. Selain itu penilaian pelanggan akan kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik seperti keluhan yang diberikan pelanggan tentang lamanya menunggu saat akan melakukan perawatan, pengambilan produk dan juga pada saat akan melakukan pendaftaran yang cukup lama. Variasi produk yang tersedia di Armina Skincare Demak belum lengkap sehingga pelanggan cenderung memilih tempat lain yang memiliki produk lengkap sesuai dengan kebutuhan (Observasi awal peneliti pada tanggal 15 Maret 2023).

Permasalahan selanjutnya yaitu semakin ketatnya perkembangan dunia bisnis kecantikan menjadi sebuah tantangan maupun ancaman bagi setiap pelaku usaha untuk memenangkan persaingan. Persaingan dalam usaha bidang kecantikan mengharuskan perusahaan meningkatkan kinerja produk yang ditawarkan untuk meningkatkan volume penjualan. Perusahaan harus

meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik, harga yang terjangkau dan variasi produk yang beragam sehingga tidak kalah bersaing dengan klinik kecantikan lainnya (Andrian & Fadillah, 2021:57).

Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk memperoleh kepuasan pelanggan adalah dengan cara memberikan berbagai macam variasi produk. Sayidah (2022:80) mengatakan bahwa variasi produk merupakan daya pikat bagi konsumen utamanya dapat membagikan preferensi alternatif yang lebih beragam. Berikut merupakan variasi produk dan harga yang tersedia di Klinik Armina Skincare Demak sebagai berikut.

Tabel 1.1. Variasi Produk dan Harga Klinik Armina Skincare Demak

No	Variasi Produk	Harga
1	Armina Paket Jerawat Ringan	125.000
2	Armina Paket Jerawat Membandel	295.000
3	Armina Paket Flek Hitam/Melasma	260.000
4	Paket Armina Whitening	320.000
5	Paket Armina Glowing	325.000

Sumber data: Bagian Informasi Klinik Armina Skincare Demak 2023.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa variasi produk yang diberikan Klinik Armina Skincare Demak sangat beragam sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Preferensi pilihan yang lebih beragam atas variasi produk yang diperuntukkan untuk pelanggan bisa membawa kegembiraan pelanggan serta membuat kepuasan tersendiri bagi pelanggan.

Harga juga menjadi salah satu elemen yang dapat memberikan kepuasan pelanggan. Sari (2022:57) mengatakan bahwa harga adalah elemen bauran pemasaran yang sangat penting karena dapat menghasilkan pendapatan melalui

penjualan. Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk akan mendapatkan keuntungan dari harga produk yang dipasarkan. Harga produk yang diberikan Klinik Armina Skincare Demak sangat beragam sesuai dengan kebutuhan produk yang ingin dibeli pelanggan. Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa sehingga menimbulkan kepuasan (Razak & Nayan, 2020:67).

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah nilai pelanggan. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan keinginan pelanggan untuk mencapai nilai pelanggan yang maksimum. Andrian & Fadillah (2021:80) mengatakan bahwa nilai pelanggan merupakan persepsi pelanggan terhadap kualitas atau manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat harga yang dibayarkan. Nilai yang dirasakan oleh pelanggan terhadap atribut produk, jasa, kinerja atribut dan konsekuensi yang timbul dari penggunaan produk untuk mencapai tujuan dan maksud pelanggan ketika menggunakan produk sehingga mendapatkan kepuasan (Pham *et al.*, 2018:48).

Kepuasan juga dapat mempengaruhi minat beli ulang pada pelanggan. Adanya variasi produk, harga, nilai pelanggan dan juga kepuasan dapat mempengaruhi pelanggan untuk membeli ulang produk yang pernah dibeli. Imran (2018:60) mengatakan bahwa minat beli ulang dilakukan oleh konsumen setelah melakukan pembelian dan terjadi antara kepuasan maupun ketidakpuasan terhadap produk yang dibeli. Jika produk yang dibeli sama dengan keinginan, maka konsumen akan membeli kembali produk yang pernah dibeli, namun jika

produk tidak sesuai harapan maka konsumen akan mencari alternative yang lebih baik.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* dari penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan Imran (2018) dengan judul pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang produk Somethinc. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk Somethinc. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Na & Kwan (2019) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Sayidah (2022) dengan judul pengaruh *product variety* dan *customer value* terhadap minat beli ulang konsumen pada produk skincare. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product variety* dan *customer value* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2022) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna skincare MS Glow di Store Rofa Losari Brebes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad *et al* (2020) menunjukkan bahwa variasi produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik memilih judul: **“Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Armina Skincare Demak”**

1.2. Ruang Lingkup

Agar mempermudah pada saat melakukan penelitian ini, sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik dan terarah, maka perlu untuk membuat batasan dari permasalahan. Adapun ruang lingkup permasalahan pada penulisan penelitian ini, yaitu:

1. Objek pada penelitian ini yaitu Klinik Armina Skincare Demak yang terletak di Desa Bogorame, Kec. Mangunjiwan.
2. Variabel eksogen yaitu variasi produk, harga dan nilai pelanggan serta variabel endogen yaitu minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
3. Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan Klinik Armina Skincare Demak berjumlah 2194 pertahun 2022.
4. Waktu penelitian selama 1 bulan yaitu mulai tanggal 12 Juni sampai 12 Juli 2023.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan gambar 1.1 diketahui bahwa jumlah pengunjung klinik Armina Skincare Demak dari tahun ke tahun terus menurun. Menurunnya jumlah pengunjung setiap tahun disebabkan oleh harga produk dan treatment yang terlalu mahal dibandingkan dengan harga produk dan treatment sejenis ditempat lain.

Selain itu penilaian pelanggan akan kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik seperti keluhan yang diberikan pelanggan tentang lamanya menunggu saat akan melakukan perawatan, pengambilan produk dan juga pada saat akan melakukan pendaftaran yang cukup lama. Variasi produk yang tersedia di Armina Skincare Demak belum lengkap sehingga pelanggan cenderung memilih tempat lain yang memiliki produk lengkap sesuai dengan kebutuhan (Observasi awal peneliti pada tanggal 15 Maret 2023). Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap kepuasan pelanggan Armina Skincare Demak?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Armina Skincare Demak?
3. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Armina Skincare Demak?
4. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang Armina Skincare Demak?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli ulang Armina Skincare Demak?
6. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap minat beli ulang Armina Skincare Demak?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang Armina Skincare Demak?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian ini, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh variasi produk terhadap kepuasan pelanggan Armina Skincare Demak.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Armina Skincare Demak.
3. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Armina Skincare Demak.
4. Menganalisis pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang Armina Skincare Demak.
5. Menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli ulang Armina Skincare Demak.
6. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap minat beli ulang Armina Skincare Demak.
7. Menganalisis kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang Armina Skincare Demak.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan terkait bidang yang sedang dipelajari dalam melakukan analisis tentang

manajemen pemasaran yaitu berkaitan dengan variasi produk, harga dan nilai pelanggan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, dapat memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan dan aktivitas-aktivitas dibidang pemasaran yaitu tentang kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi minat beli ulang pada pelanggan Armina Skincare Demak.