

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya semua wanita ingin tampil cantik dan sempurna. Seiring berkembangnya teknologi dan budaya, perawatan kecantikan menjadi kebutuhan yang sangat penting di kalangan sebagian orang, terutama wanita. Kecantikan adalah sebuah kebutuhan utama saat ini bagi kaum perempuan (Susetyorini *et al.*, 2022). Tampil cantik bagi perempuan merupakan sebuah tuntutan untuk menunjang sikap percaya diri dalam setiap aktivitas, apalagi di masa sekarang. Wanita mempunyai peranan penting di kehidupan sehari-hari untuk berpenampilan menarik guna menunjang aktivitas dalam urusan pekerjaan, profesi maupun pendidikan. Kecenderungan untuk meningkatkan kondisi fisik seseorang menjadi salah satu orientasi gaya hidup untuk masa depan (Pratiwi dan Soliha, 2023).

Pesatnya pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia pada akhirnya sangat dipengaruhi oleh gaya hidup wanita yang semakin berkembang dan besarnya permintaan masyarakat untuk merawat diri agar terlihat cantik. Besarnya kebutuhan akan kecantikan tidak hanya ditunjukkan dengan meningkatnya penggunaan produk kecantikan, tetapi juga dengan maraknya Klinik Kecantikan di Indonesia. Banyak Klinik Kecantikan yang menyediakan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan (Pratiwi & Soliha, 2023).

Salah satunya adalah Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati adalah Klinik kecantikan yang berada di Jl. Pratomo Gang 4 No. 1B, Sukoharjo, Margorejo, Rendole Indah, Muktiharjo, Kec. Margorejo, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Klinik Muntira *Skincare* Pati adalah salah satu cabang yang pusatnya berada di kota Kudus. Di Klinik Muntira *Skincare* Pati menawarkan produk dan jasa perawatan kulit guna melindungi memperbaiki, dan meningkatkan tampilan kulit. Salah satu perawatan jasa yang ditawarkan adalah Facial dan Body Spa dan untuk menunjang perawatan kulit agar lebih maksimal Muntira *Skincare* juga menyediakan produk untuk perawatan kulit. Berikut adalah hasil pendapatan dari 5 tahun terakhir di Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati Tahun 2019 – 2023

Tabel 1 1
Data Penjualan 5 Tahun terakhir di Klinik Muntira *Skincare* Pati

Tahun	Transaksi Pendapatan
2019	Rp.580.550.000
2020	Rp.455.250.000
2021	Rp.250.800.000
2022	Rp.325.480.000
2023	Rp.200.150.000

Sumber : Pendapatan Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati (2024)

Bedasarkan data di atas yang diperoleh dari wawancara secara langsung dengan owner menyatakan bahwa transaksi penjualan di Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati tidak stabil dan mengalami penurunan dari tahun ke tahun, pada tahun 2022 pendapatan dari Muntira *Skincare* sebanyak Rp.325.480.000 dan pada tahun 2023 sebanyak Rp.200.150.000. Selisih dari pendapatan sebanyak Rp.125.430.000 hal ini disebabkan menurunnya hasil penjualan produk dan jasa pada Klinik Kecantikan Muntira. Kurang puasnya kosumen dan pelanggan menjadi penyebab penurunan penjualan, kosumen dan pelanggan kurang puas

dengan pelayanan dan produk yang diberikan oleh Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati.

Pelanggan sering kali mengeluh mengenai kualitas pelayanan yang diberikan karena tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Dengan hal ini dari observasi yang saya lakukan mendapatkan permasalahan sebagai berikut pada Kualitas Pelayanan terkadang pelanggan datang pertama kali ke Muntira *Skincare* ingin melakukan perawatan dengan wajah yang berjerawat dan kusam dengan harapan ingin menghilangkan jerawat dan mencerahkan, akan tetapi untuk pertama kali perawatan belum mendapatkan hasil yang diharapkan karena untuk perawatan wajah sendiri harus dilakukan secara rutin dan bertahap untuk hasil yang maksimal. Tidak hanya itu terkadang juga banyak pelanggan yang merasa kecewa datang ingin melakukan perawatan belum melakukan reservasi akan tetapi Klinik sedang penuh dan pelanggan tidak mau menunggu untuk mengantri maka pelanggan juga merasa kecewa terhadap pelayanan terkadang juga kesalahan pada admin pencatatan reservasi yang menumpuk menjadikan jam reservasi yang bertabrakan sering membuat pelanggan kecewa karena sudah reservasi akan tetapi masih menunggu karena jam yang bertabrakan.

Pada Persepsi Harga sendiri masalah yang ada di Muntira *Skincare* Pati Karena Muntira *Skincare* Pati adalah Klinik cabang dengan sistem *Franchise* terkendala mengenai harga di Klinik pusat (Kudus) dapat memberikan harga yang lebih murah dan diskon yang banyak karena produksi produk sendiri akan tetapi di Klinik cabang Pati tidak berani memberikan harga dan diskon yang sama karena keterbatasan produk maka pertimbangan harga dan diskon setiap bulanya

selalu dipikirkan dengan sangat matang. Mengenai hal tersebut juga tak banyak dari pelanggan yang datang membandingkan harga perawatan di Klinik Muntira dengan Klinik kecantikan yang lainnya. Berikut daftar harga perawatan *Basic* yang ada pada 4 Klinik Perawatan kecantikan yang ada di Kabupaten Pati :

Tabel 1 2
Data Daftar 4 Klinik Kecantikan di Daerah Pati

No	Nama Klinik	Nama Treatment	Harga
1.	Super <i>Skin</i> <i>Clinic</i> Pati	<i>Facial Basic Peel : Cleansing, Ekstraksi komedo, Serum, Oxyjet, Masker</i>	Rp.129.000
2.	Muntira <i>Skincare</i> Pati	<i>Facial Basic Muntira : Cleansing, Ekstraksi komedo, Masker, Massage wajah</i>	Rp.120.000
3.	Rosmalinda <i>Skincare</i>	<i>Facial Basic Greentea : Cleansing, Massage wajah, Ekstraksi Komedo, HF, Masker</i>	Rp.85.000
4.	Kyna <i>Beauty</i> <i>Skincare</i> Pati	<i>Facial Basic Acne Whitening: Cleansing, Ekstraksi komedo, Serum, Masker</i>	Rp.50.000

Sumber : Daftar harga 4 Klinik Kecantikan (2024)

Dari tabel di atas, bisa dilihat bahwa produk dan jasa yang diberikan oleh masing-masing Klinik Kecantikan relatif sama dengan harga yang berbeda. Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati menempati nomer urut ke 3 dengan harga yang cukup mahal dibandingkan dengan Klinik lain. Hal ini akan mempengaruhi persepsi harga dikalangan konsumen dan pelanggan. Pelanggan akan membandingkan harga Klinik satu dengan yang lainnya mengenai presepsi harga dan serangkaian treatment yang didapatkan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 1 3
Hasil Survei 30 Responden Tentang *Word Of Mouth* pada
Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati

NO	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda mendapat informasi dari teman, saudara atau keluarga terkait layanan pada Klinik Kecantikan Muntira <i>Skincare</i> Pati.?	19	11
2.	Apakah anda melakukan promosi atau mengenalkan Klinik Kecantikan Muntira <i>Skincare</i> Pati pada orang lain (Teman, Saudara dan Kluarga).?	17	13
3.	Apakah anda mempromosikan kepada orang lain terkait serangkaian n perawatan yang diberikan pada Klinik Kecantikan Muntira <i>Skincare</i> Pati.?	14	16
4.	Apakah lebih dari 1 kali anda mempromosikan Klinik Kecantikan Muntira <i>Skincare</i> Pati kepada orang lain.?	7	23
5.	Apakah anda merasa puas saat mempromosikan Klinik Kecantikan Muntira <i>Skincare</i> Pati kepada orang lain.?	13	17
Total		70	80

Sumber : Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati 2024

Berdasarkan tabel hasil survei di atas, dapat diketahui bahwa masih banyak konsumen yang belum memberikan informasi kepada rekan atau saudara tentang jasa pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati. Hal ini terindikasi bahwa *word of mouth* pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati belum berjalan dengan sempurna.



Gambar 1.1

Review Pelanggan

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa masih banyak review pelanggan yang kurang puas mengenai pelayanan yang ada dengan hasil yang belum memuaskan yang sesuai dengan para pelanggan inginkan . Hal ini juga menjadi salah satu factor mengapa belum banyak yang menerapkan *word of mouth* atau review dari pelanggan.

Research gap dari penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh (Susetyorini *et al.*, 2022) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Violetta *Beauty* dan *Health Center* Gresik. Sedangkan penelitian menurut (Trianto *et al.*, 2022) kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Salon Sheryl.

Research gap dari penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh (Syafitri *et al.*, 2022) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan Klinik Duta Medika Pratama di Kota Bogor. Sedangkan penelitian menurut (Achadi *et al.*, 2021) persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Larissa *Aesthetic Center* Cabang Purwokerto.

Research gap dari penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan (Suprani *et al.*, 2024) *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sincera *Clinic* Palembang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ulhaq *et al.*, (2024) *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wardah *Lightening Store* di Kabupaten Kuningan.

Berdasarkan beberapa *research gap* di atas peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan. Maka peneliti tertarik dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan”**

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Objek Penelitian dan Responden Penelitian ini adalah pelanggan di Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati serta mengambil objek penelitian dari pelanggan yang melakukan perawatan di Klinik Muntira *Skincare* Pati.
- b. Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan sedangkan variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan, persepsi harga dan *word of mouth*.

- c. Jangka Waktu Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka terdapat beberapa masalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat adanya penurunan penjualan dari tahun 2019 sampai tahun 2023. Hal ini mengindikasikan kurang puasnya pelanggan di Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati.
- b. Selain itu, jika dilihat dari 4 Klinik Kecantikan lain pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jasa dan produk yang diberikan oleh Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati lebih mahal dibandingkan dengan Klinik lain.
- c. Berdasarkan hasil survei dari 30 responden pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa Konsumen pada Klinik Muntira *Skincare* Pati, masih belum banyak yang memberikan informasi dengan metode *word of mouth* (WOM).
- d. Selain itu pelanggan mengajukan komplain mengenai treatment yang kurang maksimal karena pada saat sampai rumah pelanggan masih merasakan banyaknya komedo yang ada pada wajah padahal terapist merasa sudah membersihkan komedo dengan maksimal. Hal itu menyebabkan penurunan kepuasan pada pelanggan. Pelanggan merasa kurang akan pentingnya menjaga kebersihan alat treatment yang

selesai dipakai di pelanggan yang satu dengan yang lainya itu juga dapat menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan tersendiri

Berdasarkan beberapa permasalahan di atas, maka selanjutnya dapat dimunculkan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- a. Bagaimana Kualitas Pelayanan, berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati?
- b. Bagaimana Persepsi Harga berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati?
- c. Bagaimana *Word Of Mouth* berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati?
- d. Bagaimana Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan *Word Of Mouth* berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati.
- b. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati.

- d. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bacaan bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya dan menambah ilmu pengetahuan mengenai Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan *Word Of Mouth* berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik kecantikan Muntira *Skincare* Pati

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi Klinik Kecantikan Muntira *Skincare* Pati, sebagai bahan pertimbangan dalam membuat strategi pemasaran.