

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita, yaitu termasuk memiliki kecantikan pada bagian wajah. Wajah yang cantik sering di kaitkan dengan keadaan kulit wajah yang sehat, mulus, bahkan cerah. Banyak cara yang dapat dilakukan wanita untuk mendapatkan kepuasannya tersebut meski harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit, salah satunya yaitu melakukan *treatment* pada wajah di klinik kecantikan yang terpercaya. Salah satu *treatment* yang biasa dilakukan adalah *facial*. *Facial* merupakan kegiatan yang bertujuan untuk membersihkan kulit wajah, memberikan nutrisi dan mengurangi sel-sel kulit mati (Kusantati 2017:257). Perawatan kulit wajah satu dengan yang lainnya berbeda, perawatan wajah disesuaikan dengan jenis kulit wajah. Kulit merupakan “selimut” yang menutupi permukaan tubuh dan memiliki fungsi utama sebagai pelindung dari berbagai macam gangguan dan rangsangan luar. Kulit wajah kering merupakan kulit wajah yang mempunyai ciri-ciri kelenjar lemak bekerja kurang aktif, kulit kelihatan kusam, bersisik, halus, dan lebih cepat keriput (Maspiyah 2017:3). ada awalnya, perawatan ini merupakan perawatan yang umum di lakukan oleh wanita, namun hasil yang memuaskan membuat metode ini juga populer di kaum pria. Setiap klinik kecantikan memiliki cara yang berbeda untuk melayani konsumen dalam melakukan *facial*, oleh karena itu harga

facial di sebuah klinik kecantikan tidak sama dengan klinik kecantikan lainnya.

Masyarakat sering kali beranggapan bahwa perawatan kecantikan dari merek yang sudah terkenal sudah pasti terjamin kualitas perawatannya, meski tidak membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Pada hal tidak menjamin pelayanan perawatan yang diberikan cocok dengan semua jenis kulit, sehingga akan mengakibatkan kerugian ekonomis bagi masyarakat dan juga kerugian pada wajah. Banyak klinik kecantikan yang memberikan jasa perawatan dengan harga yang terjangkau, begitu juga dengan pelayanan fasilitas yang tidak kalah saing dengan klinik perawatan kecantikan yang sudah terkenal. Salah satunya yaitu klinik kecantikan Nanisa Beauty & Dental clinic di kota Sidoarjo. Nanisa Beauty & Dental Clinic merupakan salah satu klinik kecantikan yang menyediakan jasa perawatan dibidang kecantikan dan juga perawatan gigi. Jika dibandingkan dengan klinik kecantikan lainnya di Sidoarjo dalam segi harga lebih. Perawatan kecantikan di Nanisa Beauty & Dental clinic lebih terjangkau oleh masyarakat yang tidak berpenghasilan tinggi.

Kotler dan Keller (2016:179), menyatakan bahwa perilaku adalah sebagai studi tentang bagaimana tindakan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep pendekatan perilaku konsumen mengajarkan agar pemasar cenderung memiliki orientasi lebih kepada konsumen (*consumer-driven orientation*) dan bukan hanya sekedar menjual apa yang diproduksi perusahaan (*sales-oriented approach*). Melalui pendekatan kepada konsumen, suatu produk diciptakan dengan sejumlah manfaat yang diberikan kepada sekelompok konsumen.

Hal ini terjadi pada klinik kecantikan “Nanisa Beauty & Dental Clinic” di Sidoarjo. Sejauh ini banyak konsumen yang mengeluhkan mengenai kualitas layanan pada Nanisa, terutama pada *treatment facial*. Dari mulut ke mulut, banyak yang membandingkan Nanisa dengan klinik kecantikan lainnya di Sidoarjo, yang dimana klinik kecantikan tersebut sudah terkenal. Meski dari segi harga Nanisa relatif murah dari pada klinik kecantikan lainnya yang lebih terkenal, namun sangat disayangkan pelayanan yang diberikan tidak cukup untuk membuat konsumen merasa puas. Namun hal ini menurut dari beberapa konsumen Nanisa yang sudah menjadi member atau yang pernah melakukan *facial*. Ada beberapa konsumen yang merasa sudah dilayani dengan baik serta harga yang relatif murah, dan ada juga beberapa konsumen yang merasa kurang puas dengan kualitas Nanisa. Oleh sebab itu berdasarkan uraian diatas maka penulisan terkait untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di (Nanisa Beauty & Dental Clinic) Sidoarjo”.

Menurut Tjiptono dalam Nugraha (2016:59), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut. Parasuraman, dkk membangun model skala berganda ringkas untuk mengukur kualitas layanan yang dipersepsikan konsumen. Mereka mengidentifikasi kualitas layanan ke dalam 5 dimensi antara lain *tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penulis dapat merumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Dimensi *tangibility* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo ?
2. Apakah Dimensi *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo ?
3. Apakah Dimensi *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo ?
4. Apakah Dimensi *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo ?
5. Apakah Dimensi *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo ?
6. Apakah Dimensi *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *tangibility* terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *reliability* terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo

4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *assurance* terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *empathy* terhadap kepuasan konsumen Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini berguna untuk:

1. Bagi mahasiswa, penulisan ini berguna untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjelaskan pengaruh dimensi kualitas layanan : Pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo.
2. Bagi akademik, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan: Pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo.
3. Bagi penulis, untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang : Pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo.