

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perawatan kulit tubuh dan wajah sekarang ini menjadi kebutuhan modern khususnya bagi para wanita. Fenomena tersebut dapat mendorong para pebisnis membuka klinik-klinik kecantikan yang sekarang ini diminati banyak masyarakat. Munculnya klinik-klinik kecantikan membuat para pebisnis lainnya bersaing untuk mendapatkan konsumen atau mempertahankan pelanggannya agar menetap merawat kulit tubuh atau wajah di klinik tersebut. Munculnya berbagai klinik kecantikan yang bersifat sejenis dapat memberikan dampak bagi para pelanggan atau konsumen untuk semakin selektif dalam memilih.

Memperhatikan kepentingan pelanggan dengan cara melihat kebutuhan dan memahami permintaan atau keinginan pelanggannya, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan pelanggannya. Salah satu kunci keberhasilan para pebisnis adalah kepuasan. Oleh karena itu, para pebisnis memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan. Untuk mencapai keberhasilannya maka dilakukan dengan cara memberikan rasa percaya dan citra yang baik untuk pelanggan agar merasa lebih puas daripada yang dilakukan oleh pesaing.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah pengalaman dari pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan berdasarkan pengalaman yang diperolehnya. Berusaha untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan.

Kepercayaan membuat pebisnis lebih berfikir lagi bagaimana caranya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan munculnya rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan maka perusahaan akan memberikan pelayanan yang baik dan tidak akan mengecewakan pelanggannya. Citra perusahaan juga penting bagi klinik-klinik kecantikan, apabila citra klinik baik maka pelanggan akan tetap setia kepada klinik tersebut. Salah satu klinik yang berada di Purwodadi adalah klinik kecantikan Nabila Skin Care.

Klinik kecantikan yang diberi nama Nabila Skin Care dulunya hanya dilakukan dirumah dengan menggunakan satu bed ditangani oleh satu dokter. Pertama kali Nabila Skin Care buka memiliki dua sampai tiga pelanggan saja. Hari berikutnya pelanggan bertambah menjadi banyak akhirnya pada tanggal 9 April 2017 Nabila Skin Care menyewa tempat untuk membuka klinik kecantikan yang berada di Palembang, Kalongan, Kota Purwodadi, Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah. Nabila Skin Care pertama kali menjalankan usahanya hanya memiliki lima perawat dan satu dokter. Nabila Skin Care selalu mempromosikan produknya kesetiap orang dan memberikan free facial kepada lima orang yang datang ke klinik.

Nabila Skin Care merupakan tempat perawatan kulit yang saat ini menjadi favorit masyarakat Kota Purwodadi dan memiliki tempat yang sangat strategis. Meskipun menjadi favorit di Kota Purwodadi Nabila Skin Care memiliki permasalahan salah satunya memiliki pesaing banyak, tetapi Nabila Skin Care tetap berusaha menaikkan kualitas pelayanannya agar bisa menarik pelanggannya lagi. Pelanggan di Nabila Skin Care banyak yang minta perawatan instan, ketika satu bulan menjalani perawatan dan merasa belum ada perubahan pelanggan langsung pindah ke klinik lain, Nabila Skin Care memiliki ruang yang kurang luas.

Nabila Skin Care memiliki ciri yaitu memberikan pelayanan pada pelanggan melalui telepon ke customer service untuk menanyakan konsultasi atau mau booking treatment. Dokter, perawat dan pegawai lainnya mengutamakan keramahan kepada pelanggan, memiliki alat-alat yang canggih. Nabila memiliki perbedaan kepada klinik lainnya yaitu cara mengiklankan produk/jasanya, keramahannya, memiliki alat-alat yang lengkap dan dari awal Nabila Skin Care memiliki dokter dari pagi sampai sore, apabila ada yang konsultasi lewat via WA yang menjawab adalah dokternya langsung.

Klinik kecantikan yang berada di daerah Purwodadi saat ini semakin banyak, sehingga menjadikan Nabila Skin Care harus meningkatkan kepercayaan bahwa Nabila Skin Care memberikan kepuasan bagi pelanggan dengan adanya fasilitas yang cukup baik dan nyaman untuk pelanggannya. Nabila Skin Care kini membuka cabang di Jl.Jend Sudirman No 127, Ruko Noto, Godong Jawa Tengah dan rencana tahun depan mau buka cabang lagi di

daerah wirosari. Nabila Skin Care memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya agar pelanggan di Nabila Skin Care merasa puas.

Menurut Kotler (2005:181) dalam sangadji dan Sopiah (2013) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Kivetz dan Simonson (2002:182) dalam sangadji dan Sopiah (2013) kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen; menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen; membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Menurut Rotter (1967:164) dalam jasfar (2019) menyatakan bahwa kepercayaan adalah *“An expectancy held by an individual or a group that the word, promise, verbal or written statement of another individual and group can be relied on”* (sebuah harapan yang dipegang oleh individu atau kelompok bahwa kata, janji, pertanyaan isan atau tertulis dari individu dan kelompok lain dapat diandalkan). Menurut Anderson dan weitz (1990:164) dalam jasfar (2019) menyatakan bahwa kepercayaan adalah *“ One party believes that its needs will be fulfilled in the future by actions taken by the other party”* (satu pihak berkeyakinan bahwa kebutuhannya akan terpenuhi dimasa mendatang melalui tindakan yang di lakukan oleh pihak lain).

Menurut Gronroos (1990:184) dalam Jasfar (2009) mendefinisikan citra sebagai representasi penilaian- penilaian dari konsumen, baik konsumen yang potensial maupun konsumen yang kecewa, termasuk kelompok-kelompok lain yang berkaitan dengan perusahaan seperti pemasok, agen maupun para investor.

Menurut Bill Cantop (1990:111) dalam Soemirat dan Ardianto (2017) mengatakan bahwa *“image adalah the impression, the felling, the conception which the public has of a company; a consciously created created impression of anl object, person or organization”* (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan: kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi).

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:179) nilai pelanggan adaah perbedaan antara total nilai konsumen dengan total biaya yang dikeluarkan konsumen dari pemasaran produk. Menurut Kotler dan Keller (2019) dalam jurnal Putra,dkk menyatakan bahwa nilai pelanggan adalah *“Hasil penilaian atas prespektif konsumen mengenai perbedaan dari semua manfaat yang didapat oleh konsumen dengan biaya yang ditawarkan dibandingkan pada alternatifnya”*.

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan yang masih menunjukkan hasil atau hasil temuan yang berbeda. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Purnama dan Hidayah (2019) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mawey, dkk (2018) menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Mulyaningsih dan suasana (2016) menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pontoh, dkk (2014) menunjukkan bahwa secara parsial citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Soliha (2015) menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra, dkk (2019) menunjukkan bahwa nilai pelanggan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada uraian diatas, maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nabila Skin Care Purwodadi)”**.

1.1 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dilihat permasalahan di Nabila Skincare dengan banyaknya pesaing yang muncul di daerah purwodadi yang berkaitan dengan perawatan kulit wajah, banyaknya potensi pelanggan yang menginginkan perawatan kulit wajah secara instan sehingga ditanggapi oleh pemilik Nabila Skincare, adanya keterbatasan tempat yang kurang luas menjadikan pelanggan tidak nyaman. Untuk itu, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Nabila Skincare akan diteliti secara lebih lanjut.

Adapun masalah penelitian yang akan dikembangkan adalah “Bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan di Nabila Skincare?”. Dari masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan?

1.2 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan variabel independen antara lain: kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan. Sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan.
2. Objek yang akan diteliti adalah pelanggan Nabila Skin Care yang berada di Palembang, Kalongan, Kota Purwodadi, Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah.
3. Pembatasan penelitian ini dari tahun 2020-2021.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkapkan data dan informasi yang berhubungan dengan kepercayaan, citra perusahaan, dan nilai pelanggan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di Nabila Skincare dengan bertujuan untuk temuan mengenai :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan ini antara lain :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat menjadi referensi kepada pembaca untuk penelitian selanjutnya. Dapat memperluas ilmu pengetahuan tentang pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan studi pada Nabila Skincare Purwodadi.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Nabila Skin Care

Adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan Nabila Skin Care Purwodadi dalam memberikan pengalaman terbaik untuk pelanggannya. Nabila Skin Care dapat membentuk kepercayaan bagi pelanggan, dapat menunjang citra perusahaan Nabila Skin Care, dan dapat membentuk nilai pelanggan bagi pelanggannya. Karena setelah mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan maka pelanggan akan memberikan tanggapan yang positif terhadap Nabila Skin Care sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Universitas

Penelitian dapat menjadi bahan kepustakaan yang dapat digunakan sebagai informasi ataupun sumber ilmu pengetahuan yang dapat dipergunakan bagi pihak-pihak yang membutuhkan, terkait dengan pengaruh kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan

terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti karena dapat memperluas pengetahuan serta dapat menguji teori-teori yang diperoleh selama bangku perkuliahan tentang yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan kepercayaan, citra perusahaan, dan nilai pelanggan.