

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis pada era globalisasi saat ini semakin meningkat dengan pesat, perkembangan teknologi dan juga keterbukaan informasi menuntut perusahaan untuk lebih sigap mengembangkan usaha bisnisnya. Perkembangan bisnis jasa dewasa ini terutama di kota-kota besar menunjukkan kemajuan yang semakin pesat dan banyak perusahaan yang menjalankan bisnis sejenis membuat tingkat persaingan yang tinggi. Adanya fenomena persaingan tersebut membuat perusahaan harus merumuskan strategi dalam mempelajari peluang dan manfaat yang bisa didapatkan dari perubahan-perubahan ini.

Salah satu strategi yang bisa atau bahkan wajib dilakukan oleh semua perusahaan adalah dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) adalah suatu konsep secara tepat mewakili inti dari kinerja, yaitu perbandingan terhadap dari suatu Perusahaan atau Lembaga dapat menimbulkan kepuasan padasemua konsumen (Malayu hasibuan, 2007:224).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menjadi penentu kepuasan seorang konsumen setelah menggunakan suatu jasa. Menurut dari definisinya, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Lupiyoadi, 2013:144)

Dari beberapa pengertian kualitas pelayanan yang telah di kemukakan, dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah penentu kepuasan seseorang konsumen yang telah ditentukan dalam hal ini perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang mampu mempegaruhi nilai yang lebih, sehingga berbeda dengan kualitas layanan pesaing sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli.

Kualitas pelayanan yang diberikan pada umumnya seperti berikan tanggapan atas seluruh kebutuhan dan keluhan pelanggan dengan cepat , jadikan *customer feedback* untuk meningkatkan layanan. (situs: mitracom.com) Pada saat ini masyarakat di Indonesia banyak sekali yang berlomba- lomba mengunjungi

bertumbuh dengan pesat setiap tahunnya. Menurut Alfons (2018) perkembangan industri perawatan kecantikan Indonesia mencapai angka 15% lebih tinggi dibandingkan dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura yang tumbuh dibawah 10%.

Banyaknya perusahaan dalam bidang perawatan wajah, membuat konsumen lebih teliti dalam memilih perusahaan yang memang benar – benar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka. Adanya berbagai kondisi kulit wajah bermasalah, maka sebagai seorang ahli kecantikan harus dapat merencanakan tindakan khusus perawatan yang dapat memperbaiki kondisi kulit baik secara tradisional maupun secara modern.

Perawatan wajah secara tradisional merupakan perawatan wajah yang dilakukan dengan cara manual menggunakan tangan tanpa alat bantu listrik. Pengolesan kosmetik sampai kepemijatan semua menggunakan tangan tanpa ada bantuan alat listrik, sedangkan perawatan wajah secara modern yaitu perawatan wajah menggunakan alat bantu seperti alat listrik khusus untuk perawatan wajah seperti *mikrodermabrasi*, *facial electric* dan lain sebagainya. Perawatan wajah (*facial*) dapat menyehatkan dan meremajakan kulit, melatih otot wajah, menjaga kelenturan wajah, melancarkan peredaran darah, serta memberikan efek relaksasi pada wajah sehingga dapat mengurangi efek penuaan dini pada kulit (Dian Karunia Ratri, 2015:82).

Klinik kecantikan adalah jasa perawatan kulit yang menawarkan produk dan jasa untuk melindungi, memperbaiki, dan meningkatkan tampilan kulit. Terdapat klinik kecantikan yang menawarkan jasa untuk merawat, memperbaiki dan meningkatkan tampilan kulit wajah. Sudah banyak di Jakarta yang membuka bisnis jasa klinik kecantikan (Tirra Amerinda, 2017).

Klinik Kecantikan *London Beauty Center* menjadi salah satu pilihan para wanita pada zaman sekarang. Dalam sadaran kaum wanita akan kecantikan dan perawatan wajah semakin berkembang. Banyaknya wanita yang senantiasa dituntut untuk dapat menjaga penampilannya terutama dari segi kebersihan wajah. Tujuan di bentuknya klinik kecantikan *London Beauty Center* ialah ingin menjadikan para

konsumen menikmati pelayanan perawatan wajah *facial* dengan alat listrik modern dengan hasil yang mencapai kepuasan konsumen.

Gambar 1.1 Akun Sosial Media Instagram *London Beauty Center*



Kepuasan konsumen juga tergantung pada kualitas jasa atau pelayanannya. Karena pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberi suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2018), menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Konsumen di era digital ini pun sudah berubah. konsumen saat ini selalu ingin segalanya serba cepat. Setidaknya, mereka bisa mendapatkan hasil perawatan sesegera mungkin. Selain harus memuaskan mereka dengan kualitas jasa yang

diperoleh, para pelaku bisnis juga harus memenuhi kebutuhan akan informasi dengan sesegera mungkin dan juga harus fleksibel dalam menangani permintaan konsumen.

Salah satu perusahaan yang melakukan pelayanan kepada konsumen yang baik adalah Klinik Kecantikan *London Beauty Center*. Klinik kecantikan ini berdiri pertama kalinya di Indonesia sejak 19 Juli 1998 tepatnya di Jl. Poncowintan Yogyakarta. Situasi ini mendorong klinik *London Beauty Center* untuk terus memberikan inovasi untuk menciptakan dan memberikan pelayanan yang berkualitas yang dicari oleh konsumen.

Terbukti dengan semakin banyaknya klinik kecantikan yang merambah di kota Jakarta. Hal ini menjadikan konsumen harus lebih selektif dalam memilih klinik kecantikan sehingga tidak perlu membuang biaya dan waktu yang banyak. Klinik kecantikan termasuk dalam usaha jasa dengan tujuan memuaskan pelanggan atau konsumen

Sebagai klinik kecantikan, Klinik Kecantikan *London Beauty Center* sudah memiliki cabang dibanyak kota Tanah Air dengan dukungan fasilitas bertaraf Internasional menjadikan media *London Beauty Center* masuk pada jajaran klinik kecantikan ternama di Indonesia yang diklaim inspiratif dan inovatif dalam mengembangkan produk *skincare* serta perawatan kecantikan kulit. (sumber: LarisManis.com 2014). Ditunjang harus memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan konsumen dengan SDM dan dokter yang telah berpengalaman dibidang kecantikan dengan menggunakan teknologi dan peralatan yang modern.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah sari (2022) Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan apabila kualitas pelayanan sesuai dengan yang diinginkan pastinya konsumen tidak akan berfikir ulang untuk melakukan pembelian jasa yang ditawarkan. Klinik kecantikan *London Beauty Center* menyediakan berbagai perawatan kecantikan yang menjadi andalan pada klinik tersebut. Berikut ini adalah paket perawatan yang disediakan di klinik kecantikan *London Beauty Center*.

Table 1.1

Daftar Paket Klinik Kecantikan *London Beauty Center*

Menu Paket	Harga	Menu Paket	Harga
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Dermapen</i> • <i>Chemical peeling</i> • <i>Facial lengkap</i> 	Rp. 600.00	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Laser Ndyg wajah</i> • <i>Radio frekuensi (Rf)</i> • <i>Masker</i> 	Rp. 1.255.000
<ul style="list-style-type: none"> • <i>New skin acne/super white peel/super peel</i> • <i>Meso NN</i> • <i>Facial lengkap</i> • <i>Facial leher</i> 	Rp. 615.000	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Laser Ndyg wajah</i> • <i>Meso NN</i> • <i>Facial Lengkap</i> 	Rp. 1.280.000
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Skin booster DNA Salmon</i> • <i>Facial lengkap</i> 	Rp. 1.235.000	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Skin Booster DNA Salmon</i> • <i>Meso Dermapen</i> • <i>Facial lengkap</i> 	Rp. 1.525.000
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Meso NN</i> • <i>Radio Frekuensi (RF)</i> • <i>Peeling</i> • <i>Facial lengkap</i> 	Rp. 810.000	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Skin Booster Rejuv</i> • <i>Masker mata</i> • <i>Facial lengkap</i> 	Rp. 1.645.000
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Skin booster Glowing</i> • <i>Masker mata</i> • <i>Facial Lengkap</i> 	Rp. 1.160.000	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Skin Booster Rejuv</i> • <i>Meso Art</i> • <i>Facial lengkap</i> 	Rp. 1.980.000

(sumber : Klinik Kecantikan London Beauty Center, 2024)

Klinik kecantikan *London Beauty Center* memiliki 2 dokter, 2 kasir, 1 resepsionis dan 8 beautician yang berjenis kelamin wanita. Saat datang di klinik Kecantikan *London Beauty Center* konsumen disambut dengan ramah dan *greeting* yang diberikan oleh karyawan Klinik Kecantikan *London Beauty Center*.

Menurut Zeithaml, Bitner, & Gremler (2013:14) kualitas pelayanan memiliki salah satu indikator yaitu Bukti Langsung (*tangible*) dimana pada Klinik kecantikan *London Beauty Center* memberikan segala macam bentuk fasilitas untuk kenyamanan dan kepuasan konsumen, fasilitas yang diberikan meliputi ruang tunggu bernuansa *orange* yang dilengkapi tempat duduk yang nyaman, pendingin ruangan (AC), TV, memiliki kamar mandi dan ruang sholat. Fasilitas tersebut diharapkan agar konsumen dapat merasa puas telah melakukan pembelian produk atau melakukan perawatan di Klinik Kecantikan *London Beauty Center*.

Wanita adalah seseorang yang mempunyai daya tarik kecantikan dan memiliki sifat keibuan yang bila mencapai usia dewasa dapat memiliki kematangan secara emosi dan afeksi serta memiliki sifat khas kewanitaan (F Ulfa, 2016:15). Dapat disimpulkan bahwa wanita dan kecantikan sudah menjadi satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, kecantikan pada wanita hal utama yang harus dimiliki sedari dahulu wanita mendapat pujian lebih karena khas feminimnya. Banyak wanita yang mementingkan perawatan kulit agar tetap terlihat indah dan cantik terhadap dirinya.

Pada peneliti pertama, Indah Sari (2022), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas pelayan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Tanira *Aesthetic* Di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada klinik kecantikan Tanira *Aesthetic* di Kota Makassar dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada klinik kecantikan Tanira *Aesthetic* di Kota Makassar.

Penelitian Tirra Ammerinda (2017) berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Nadindra Di Bandar Lampung” menyimpulkan bahwa, variabel Kualitas Produk

(X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan hasil perhitungan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen sebesar 64,6%, dan sisanya 35,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini. Diketahui bahwa jawaban responden pada variabel Kualitas Produk (X1), mendapat skor tertinggi adalah pada dimensi conformance (kesesuaian) yakni manfaat sesuai yang dibutuhkan dengan presentase 88%, sedangkan pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) mendapat skor tertinggi adalah pada dimensi responsiveness (daya tanggap) yakni sigap dalam melayani dengan presentase sebesar 81%.

Berdasarkan latar belakang diatas Peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Perawatan Wajah Modern Terhadap Kepuasan Konsumen(studi pada pelanggan wanita dewasa di Klinik Kecantikan *London Beauty Center Jakarta Barat*)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adanya seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan perawatan wajah modern terhadap kepuasan konsumen (studi pada pelanggan wanita dewasa di Klinik Kecantikan *London Beauty Center Jakarta Barat*).

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan perawatan wajah modern terhadap kepuasan konsumen (studi pada pelanggan wanita dewasa di Klinik Kecantikan *London Beauty Center Jakarta Barat*).

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

Dapat mengetahui kualitas dalam pelayanan konsumen sehingga dapat lebih memberikan kepuasan konsumen.

3. Secara Produktif

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan studi perbandingan serta referensi untuk peneliti yang akan datang



