

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini, industri di sektor kecantikan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Daya tarik industri kecantikan selalu mempunyai posisi tersendiri baik di hati produsen maupun di hati konsumen. Terlebih lagi kita berada di era globalisasi yang telah merubah pola pikir manusia moderen untuk bersifat konsumtif sebagai konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Semua wanita selalu mendambakan penampilan yang menarik, kulit yang terawat dan sehat untuk menunjang kepercayaan dirinya. Maka dari itu perawatan kulit sudah menjadi hal yang sangat wajar bahkan sudah menjadi kebutuhan yang melekat untuk kaum hawa. Anggapan ini terus berkembang didukung dengan banyaknya klinik-klinik kecantikan yang ada. Dengan banyaknya pilihan klinik kecantikan yang ada, wanita yang akan melakukan perawatan kulit bisa memilih klinik yang menurutnya cocok untuknya.

Banyaknya klinik kecantikan saat ini membuat persaingan antar produsen semakin ketat. Tidak hanya menjadi ancaman bagi produsen, tapi banyaknya klinik kecantikan tak jarang membuat konsumen bingung bahkan membuat konsumen suka berpindah-pindah tempat perawatan. Ketatnya persaingan antar klinik membuat produsen harus pintar-pintar menginovasi produk dan memberikan layanan terbaik di klinik mereka untuk menciptakan kepuasan konsumennya dan mempertahankan konsumennya agar tetap loyal.

Maka dari itu produsen harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam upaya untuk memenangkan persaingan pasar. Menurut Siswanto Sutojo dalam Wulandari (2016) Loyalitas konsumen adalah tindakan pelanggan yang mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan tersebut, tidak hanya membeli ulang suatu barang atau jasa.

Faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas produk. Menurut Tjiptono (2009 : 70) Kualitas produk merupakan penguasaan produk untuk member kepuasan atas keinginan pelanggan. Produk yang berkualitas akan berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen dimana ketika konsumen merasa puas atas manfaat produk yang mereka terima maka akan menciptakan rasa loyalitas mereka pada produk tersebut. Faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Keller (2009 : 180) Kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu pelayanan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan ataupun yang tersirat yang dipengaruhi oleh keseluruhan fitur dan sifat produksi. Selain harus memperhatikan kualitas produk yang harus dipasarkan, perusahaan juga harus memperhatikan pelayanan yang di berikan kepada konsumennya, dimana pelayanan yang prima juga termasuk salah satu poin penting dalam kesuksesan suatu bisnis atau perusahaan. Dengan pelayanan yang maksimal diharapkan akan menciptakan kepuasan konsumen, ketika konsumen puas dengan pelayanan yang mereka terima, dengan sendirinya mereka akan memiliki rasa loyal pada merek tersebut dan tidak mudah untuk beralih ke skincare pesaing.

Salah satu klinik kecantikan yang mampu bertahan dan mempunyai cukup banyak peminat di tengah persaingan yang semakin ketat adalah klinik kecantikan Naavagreen. Naavagreen Natural Skin Care Ponorogo adalah pusat perawatan kecantikan yang terletak di JL. Gajah Mada No. 12, Krajan, Surodikraman, Kab Ponorogo, Jawa Timur. Klinik ini juga memiliki cabang di Yogyakarta, Bandung, Mataram, Kediri, Mojokerto, Solo, Semarang, Garut, Wonosobo, Surabaya, Madiun, Purwokerto, Bojonegoro, Ponorogo, dan Denpasar Bali.

Naavagreen merupakan salah satu klinik kecantikan yang banyak diminati orang termasuk dari kalangan mahasiswa, selain itu Naavagreen memiliki faktor-faktor yang mampu membuat konsumennya menjadi loyal terhadap skincare dari klinik Naavagreen. Dimana faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen menurut Swastha dan Handoko dalam Joko Riyadi dalam Dwi (2016) diantaranya yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk yang ditawarkan oleh Naavagreen sangat diperhatikan, karena dalam pembuatan produk-produk skincarenya dibawah pengawasan apoteker dan dimana penggunaan produknya sesuai dengan anjuran dokter. Tidak hanya prosesnya yang terjamin tapi bahan baku dari produk skincare Naavagreen juga terbuat dari bahan alami yang aman dan telah lolos uji BPOM. Karena ketika seseorang memutuskan untuk memilih skincare untuk perawatan kulitnya hal yang utama diperhatikan adalah keamanan dari produk tersebut, maka dari itu keterangan lulus uji BPOM sangat penting untuk membuktikan bahwa bahan-bahan produk skincare Naavagreen terbuat dari bahan yang tidak berbahaya untuk kesehatan kulit.

Namun beberapa konsumen menyatakan ada beberapa kekurangan produk dari Naavagreen yaitu konsumen menjadi kurang puas ketika menggunakan produk dari Naavagreen karena ketika memakai krim akan memberi dampak kulit terlihat berminyak yang menyebabkan pengguna menjadi kurang percaya diri. Dari hal tersebut pihak Naavagreen harus bisa menerima saran dan keluhan dari konsumen untuk memperbaiki kualitas produknya.

Disamping memperhatikan kualitas produk, Naavagreen juga sangat mengedepankan kualitas pelayanan yang diberikan karena pelayanan inilah salah satu tindakan yang langsung berhubungan dengan konsumen. Setiap karyawan di Naavagreen diharuskan menguasai teknik dalam melayani konsumen dengan sebaik-baiknya, tidak hanya karyawan pada bagian *Customer Service* saja, tetapi dokternya pun diwajibkan untuk melayani konsumen dengan baik, dengan cara memberikan penjelasan dan solusi mengenai keluhan-keluhan yang telah disampaikan konsumen. Banyaknya pengunjung Naavagreen mengharuskan konsumen mengantri cukup lama untuk melakukan konsultasi, pembelian produk maupun untuk melakukan perawatan, yang terkadang ada beberapa konsumen yang tidak kebagian tempat duduk ketika pengunjung benar-benar ramai. Pentingnya pemberian pelayanan prima kepada konsumen dimaksudkan agar konsumen puas dengan pelayanan yang mereka terima dan sepadan dengan usaha mereka untuk mengantri, karena ketika konsumen semakin puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Naavagreen maka akan menanamkan rasa loyal pada diri konsumen terhadap Naavagreen.

Tabel 1.1 Data Pengunjung Naavagreen Ponorogo Januari-April 2020

| No. | Bulan | Jumlah Pengunjung | Jumlah Penurunan dan Peningkatan Pengunjung |
|-----|----------|-------------------|---|
| 1. | November | 1150 | - |
| 2. | Desember | 1125 | -25 |
| 3. | Januari | 1208 | 83 |
| 4. | Februari | 1143 | -65 |

Sumber : Naavagreen Ponorogo Tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Naavagreen mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan oleh banyaknya klinik pesaing yang ada di Ponorogo. Oleh karena itu Naavagreen harus memperharikan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen untuk mempertahankan konsumennya agar tidak berpindah ke klinik lainnya,

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas konsumen pada produk Naavagreen, maka diambil judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN NAAVAGREEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA MAHASISWI FE 2016 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen yang dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen Naavagreen?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen yang dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen Naavagreen?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen Naavagreen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan yang dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Naavareen
- b) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan yang dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Naavareen
- c) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen Naavagreen

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a) Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Naavagreen yang dimoderasi oleh kepuasan konsumen dan membandingkan realita yang ada di lapangan dengan teori yang diperoleh dari perkuliahan.

b) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan hal pengambilan keputusan atas kebijakan perusahaan khususnya di bidang pemasaran.

c) Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menambah pembendaharaan kepustakaan Fakultas Ekonomi sehingga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

d) Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan, referensi, bahan acuan dan informasi untuk mengembangkan penelitian yang serupa serta sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan pada bidang pemasaran yang berkaitan dengan loyalitas konsumen.