

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Teknologi maju dan perkembangan jaman saat ini membuat dunia usaha mengalami persaingan ketat, di mana setiap perusahaan dituntut dapat memenuhi kebutuhan customer serta berusaha untuk menciptakan suatu produk atau jasa yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk atau jasa yang berbeda dengan pesaing lainnya. Manusia sebagai makhluk sosial mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas, baik kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani. Kebutuhan rohani itu adalah timbulnya keinginan untuk mempercantik diri agar penampilannya lebih baik dari pada sebelumnya, dengan berpenampilan cantik dan menarik akan menambah rasa percaya diri setiap individu. Klinik kecantikan merupakan ladang bisnis yang menguntungkan dalam bidang jasa, termasuk di dalamnya adalah jasa kecantikan, mereka menganggap makin ke depan bisnis klinik kecantikan semakin maju. Klinik kecantikan sudah menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi sebagai tempat perawatan dan kecantikan tubuh. Usaha jasa klinik kecantikan pada era modern kecantikan merupakan suatu kebutuhan sekunder yang akan mendekati kebutuhan pokok.

Pada masa pandemi COVID 19 yang melanda Indonesia pada awal tahun 2020 ini ekonomi Indonesia mengalami keterpurukan dalam dunia ekonomi. Penyebaran covid19 tidak hanya berdampak pada ekonomi dunia, melainkan juga berdampak pada masyarakat biasa. Sehingga mempengaruhi kehidupan sehari hari seperti tingkat kebutuhan pokok lebih utama dari kebutuhan lainnya. Oleh karena itu masyarakat memiliki tantangan tersendiri untuk mengatur keuangan dimasa

pandemic ini. Bukan hanya itu, selain kebutuhan pangan di masa pandemi juga mempengaruhi para pengusaha salah satunya Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center cabang Ponorogo.

Perusahaan harus memahami dan mengerti akan kebutuhan seseorang. Dalam bidang jasa klinik kecantikan ini manager biasanya berusaha untuk memaksimalkan pelayanan agar tercapainya tujuan perusahaan. Seorang customer akan melakukan pembelian ulang apabila pelayanan yang diberikan sangat memuaskan. Keputusan pembelian ulang merupakan salah satu terbuktinya bahwa customer puas akan pelayanannya sehingga customer melakukan pembelian ulang. Menurut Safitri (2016) menyatakan bahwa “pembelian ulang menandakan jika stimulus yang dilakukan oleh perusahaan telah berhasil mempengaruhi perilaku pelanggan. Maka dari itu pembelian ulang menjadi suatu komitmen customer yang terbentuk setelah melakukan pembelian terhadap produk atau jasa dimana komitmen itu timbul karena kesan positif yang didapat dari suatu merk dan customer merasa puas terhadap pembelian tersebut.

Oleh karena itu keputusan pembelian ulang dapat mempengaruhi kepercayaan seorang customer. Dalam hal ini kepercayaan dapat diartikan sebagai penilaian berupa harapan kepada orang lain untuk melakukan sesuatu dalam lingkungan yang penuh ketidakpastian. Menurut Apriliani (2013) mengatakan bahwa semakin tinggi kepercayaan customer, akan meningkatkan minat customer untuk melakukan pembelian suatu produk merk. Kepercayaan customer terhadap suatu produk membuat customer menjadikan produk tersebut kebutuhan pokoknya. Keputusan customer dalam melakukan pembelian suatu produk atas dasar berbagai pertimbangan yang melandasinya. Menurut Setiadi (2013)

mengatakan bahwa pengambilan keputusan customer adalah proses penginteraksian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Oleh karena itu tidak serta customer membeli produk secara tiba-tiba tanpa adanya pemikiran secara matang, yang meliputi seberapa penting barang yang akan dibeli tersebut mampu memberi manfaat, kemudian bagaimana harganya, bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada customer yang berkunjung di klinik kecantikan dan bagaimana orang itu melakukan bentuk perawatan apa tergantung gaya hidup setiap masing-masing customer.

Kebutuhan akan kecantikan juga mempengaruhi gaya hidup yang lebih menonjol bagi wanita khususnya kelas sosial menengah keatas. Menurut Kumar (2016) menyatakan “Gaya hidup merupakan perilaku seseorang mengenai bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya”. Pada saat ini gaya hidup masyarakat Indonesia tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat dunia. Perubahan pola pikir dan bertambahnya pengetahuan menjadikan customer lebih kritis dalam melakukan pembelian produk atau jasa. Kemudian guna mempertahankan kualitas pelayanan tersebut juga memperhatikan gaya hidup wanita yang merupakan pangsa pasar dari pemasaran setiap jasa klinik kecantikan. Gaya hidup menurut Kotler (2012) adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai customer.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang customer ialah kepuasan. Seorang customer akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa apabila mereka merasakan kepuasan. Hal ini didukung dengan pernyataan Tjiptono (2011) yaitu kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang muncul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Kepuasan pelanggan memiliki faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian ulang customer, dimana kepuasan pelanggan menjadi acuan atas keberhasilan sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Berbagai pertimbangan sebagaimana tersebut keputusan customer akan menjadi nyata karena dirasakan oleh semuanya yang dianggap selaras dengan kebutuhan dan keinginan serta kemampuannya.

Ponorogo terdapat banyak sekali usaha jasa klinik, baik yang telah lama ada atau baru berdiri. Salah satunya adalah Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center cabang Ponorogo berdiri sejak 3 Oktober 2013, yang beralamat Jl. Raden Saleh no.39 Mangkujayan, Ponorogo. Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center cabang Ponorogo menyediakan beberapa produk perawatan pada customer yaitu : perawatan rambut seperti hairspa dan hairmask, perawatan wajah dengan berbagai varian jenis. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan jasa pelayanan kepada masyarakat yang menginginkan kulit sehat dan penampilan berbeda dari biasanya. Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center cabang Ponorogo adalah sebagai klinik kecantikan di Ponorogo sudah terbilang banyak customer yang mengenal dengan keberadaan klinik kecantikan tersebut. Dibandingkan dengan klinik kecantikan yang ada di Ponorogo lainnya sudah tentu Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center cabang Ponorogo mempunyai nama yang sudah melekat pada

customer yang senang melakukan perawatan pihak klinik kecantikan selalu mengutamakan pelayanan yang prima, memberikan harga yang terjangkau serta keaslian produk sesuai dengan merk produk yang customer inginkan, sehingga customer selalu tertarik dan percaya akan hasil akhir setelah melakukan perawatan di Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center cabang Ponorogo tersebut.

Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center cabang Ponorogo sebagai perusahaan jasa untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan jasa dan produk mereka dengan cara lebih memperhatikan kualitas kepercayaan, gaya hidup, dan kepuasan pada customer guna bersaing dengan beberapa klinik kecantikan di kota Ponorogo. Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka kesempatan ini penulis mengambil sebuah judul "PENGARUH KEPERCAYAAN CUSTOMER, GAYA HIDUP DAN KEPUASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG CUSTOMER LARISSA AESTETIC CENTER CABANG PONOROGO DIMASA PANDEMI COVID19"

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kepercayaan customer berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang customer Gerai PT. Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo di masa pandemi COVID19?
2. Apakah Gaya hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang customer Gerai PT. Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo di masa pandemi COVID19?

3. Apakah Kepuasan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang customer Gerai PT. Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo di masa pandemi COVID19?
4. Apakah secara simultan antara Kepercayaan customer, Gaya Hidup, dan Kepuasan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang customer Gerai PT. Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo di masa pandemi COVID19?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Mengetahui apakah pengaruh Kepercayaan customer terhadap Keputusan Pembelian Ulang customer Gerai PT. Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo di masa pandemi COVID19.
- b. Mengetahui apakah pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ulang customer Gerai PT. Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo di masa pandemi COVID19.
- c. Mengetahui apakah pengaruh Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang customer Gerai PT. Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo di masa pandemi COVID19.
- d. Mengetahui apakah pengaruh Kepercayaan customer, Gaya hidup dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang customer Gerai PT. Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo di masa pandemi COVID19.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pustaka dalam perkembangan ilmu pengetahuan, informasi, serta menambah wawasan yang baru dalam dunia klinik kecantikan di Indonesia.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pimpinan Perusahaan “Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo” mengenai kepercayaan customer, gaya hidup dan kepuasan terhadap keputusan beli ulang customer dimasa pandemic ini, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dan pengembangan startgi dimasa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi pembelajaran serta penyempurna dalam penelitian selanjutnya terutama yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama.

