BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, Industri di bidang perawatan kulit mempunyai kecenderungan yang terus meningkat baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Industri ini terus menunjukan daya tariknya seiring dengan perkembangan zaman. Gaya hidup masyarakat Indonesia menjadikan peluang yang dapat dilirik setiap perusahaan dalam menawarkan beragam produk dan jasa.

Perawatan kulit menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi setiap orang, gaya hidup seperti ini menjadi tuntutan untuk lebih mengutamakan penampilan. Khususnya wanita yang sebagian besar mendambakan kecantikan dan kulit yang sehat, namun kaum pria juga tidak kalah untuk memperhatikan penampilan semenarik mungkin dan mencari kesempurnaan. Anggapan ini berkembang sebagai akibat dari intruksi terus-menerus yang dibawa melalui media iklan, majalah, film, sinetron, infotainment, artikel dan foto-foto dimedia. Melalui media seperti ini dibentuklah pencitraan manusia sempurna demi eksploitasi untuk menciptakan pemasaran komoditi-komoditi pelaku usaha.

Kehadiran berbagai klinik kulit lainnya membuat Erha Dermacenter memiliki tantangan untuk lebih meningakatkan kemampuan bersaing. Konsumen pun akan lebih selektif dalam memilih produk dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan, di inginkan dan daya beli.

Untuk mengatasi keluhan yang disebabkan masalah pada kulit yang dapat mengurangi kecantikan dan kesehatan kulit maka setiap orang membutuhkan produk perawatan yang tepat.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang, Kotler dan Keller (2016). Kepuasan pelanggan menjadi menurun dengan dilihatnya dari fenomena yang terjadi pada jumlah pelanggan yang datang kembali di setiap bulannya.

Tabel 1.1

Data Jumlah Pelanggan yang Datang ke Erha *Derma Center* Pondok Indah Pada Tahun 2018

NO	PERIODE BULAN	JUMLAH PELANGGAN
1	Januari	501
2	Februari	403
3	Maret	375
4	April	340
5	Mei	393
6	Juni	331
7	Juli	326
8	Agustus	363

(Sumber: Data PT. Erha *Derma Center* Pondok Indah Jakarta Selatan)

Dari Tabel diatas diperoleh Fenomena bahwa dari periode Bulan Januari 2018 sampai dengan Agustus 2018 telah terjadi fluktuasi penurunan dan kenaikan jumlah pelanggan yang melakukan pembelian

produk. Dapat dilihat pada bulan Januari 2018 jumlah pelanggan tertinggi sebanyak 501 orang. Dan mengalami penurunan pada bulan februari, maret, april dan mengalami kenaikan yang tidak signifikan di bulan mei. Lalu terjadi penurunan kembali di bulan juni dan juli dan terjadi kenaikan kembali pada bulan agustus. Mengapa terjadi fluktuasi pada jumlah pelanggan yang datang kembali untuk melakukan pembelian di setiap bulannya ? Hal ini dapat disebabkan karena menurunnya suatu kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan, dimulai dari manfaat produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan serta menurunnya karena kualitas layanan yang diberikan yang diberikan perusahaan dibandingkan dengan layanan oleh klinik kulit lainnya.

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan, diminta, digunakan oleh pelanggan, Dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika diamati banyak produk klinik kulit lain yang juga dapat dibeli dengan mudah oleh pelanggan, Hanya saja produk yang ditawarkan di klinik Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan mempunyai keunggulan yang lebih dibandingkan produk lainnya, Contohnya pada produk "*Truwwhite Day*" yaitu produk untuk pelembab wajah di pagi hari yang sudah dilengkapi dengan sunblock SPF25 ++ yang dapat membuat pelanggan tidak perlu membeli produk sunblock tambahan. Dalam hal ini tidak semua klinik kulit pesaing lainnya mempunyai produk dengan dua manfaat menjadi satu seperti yang

ditawarkan oleh PT. Erha *Derma Center* Pondok Indah Jakarta Selatan. Kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas poduk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan, Kotler dan Keller (2016:144). Jika produk sudah mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan produk klinik kulit lain, maka hal tersebut juga harus diimbangi dengan hasil yang didapat pelanggan dari pemakaian produk tersebut. Apakah hasil dari pemakaian produk tersebut dapat mengatasi keluhan kulit pelanggan ? Jika hal tersebut tidak dapat terpenuhi maka hal ini dapat menjatuhkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk tersebut. Dan hal ini akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan, dimana kebutuhan yang diinginkan pelanggan tidak dapat terpenuhi.

Kualitas layanan sangat penting bagi perusahaan karena akan menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen akan menciptakan rasa puas pada konsumen, kepuasan tersebut mengakibatkan pelanggan akan terus membeli produk yang ditawarkan, Inka (2014:5). PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan telah menyediakan seorang *Product Consultant* yang dapat membantu memberikan nasihat agar produk apa yang sesuai dengan keluhan pelanggan, dibandingkan dengan klinik kulit lain yang hanya menyediakan SPG saja. Perbedaannya adalah seorang *Product Consultant* sudah di berikan training dan *knowledge* mengenai ilmu *Dermatology*, Sehingga lebih menguasai

produk yang ditawarkan serta dapat mampu menganalisis produk yang sesuai dengan keluhan pelangggan. Jika *product consultant* tidak dapat menjadi seorang *advisor* yang *expert* dalam menangani setiap keluhan kulit yang dialami oleh pelanggan, Maka pelanggan akan meragukan *knowledge* yang dimiliki oleh *product consultant* tersebut. Hal tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan, Dimana pelanggan tidak dapat mempercayai sepenuhnya akan rujukan produk yang akan dibeli oleh pelanggan, Dikarenakan p*roduct consultant* tidak *expert* dalam melayani pelanggan.

Brand Image (citra merek) juga membuat konsumen dapat mengenal, mengevaluasi kualitas dari produk tersebut, serta dapat menyebabkan risiko pembelian yang rendah. Konsumen umumnya lebih menyukai merek terkenal meskipun harga yang ditawarkan lebih mahal, Tjiptono (2014). Keyakinan pelanggan akan merek yang sudah terkenal akan mempengaruhi semua pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan. Dengan sudah dikenalnya merek Erha di benak pelanggan. Membuat dimana semua pelayanan yang diberikan harus jauh dari *complaint.* Mengapa? Karena jika *complaint* pelanggan sudah muncul dan sampai terdengar di klinik kulit lainnya, Maka hal ini dapat dimanfaatkan klinik kulit lain dalam mengambil pelanggan Erha untuk beralih ke klinik tersebut. Tidak dipungkiri, Jika seorang pelanggan tidak puas dengan layanan yang diterimanya, maka pada saat pelanggan datang ke klinik kulit yang lain lalu pelanggan pun akan menceritakan hal tersebut, Contoh

pernyataan seorang pelanggan " Saya sebelumnya menggunakan Erha, Sudah bayarnya mahal tapi keluhan saya tidak membaik malah tambah parah, maka saya mau mencoba di klinik ini saja" Jadi hal inilah yang akan menjatuhkan citra merek perusahaan. Jika perusahaan sudah menerima suatu *complaint* atas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, Tentu hal ini akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Disamping penelitian diatas , Masih ada riset dan hasil penelitian terdahulu yaitu :

Tabel 2

Research Gap

No	Variabel	Peneliti	Tahun Penelitian	Hasil Penelitian
1	Kualitas Produk	Retna	2013	Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
		Yesenia, Edward H Siregar	2014	Tidak Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
2	Kualitas Layanan	Cahyo Wahyuno	2013	Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
		Yesenia, Edward H Siregar	2014	Tidak Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

3	*Brand Image*	Satendra Takur dalam Cintya Damayanti dan Wahyuno	2015	Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
		Thomas dalam Cintya Damayanti dan Wahyuno	2015	Tidak Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

(Sumber: diolah oleh peneliti 2018)

Berdasarkan fenomena masalah dan adanya perbedaan hasil penelitian, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan".**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di uraikan di atas di ketahui bahwa fenomena perilaku Kepuasan Pelanggan dapat memberikan keuntungan terhadap perusahaan. Maka masalah penelitian yang di kembangkan di sini adalah bagaimana strategi perusahaan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan di atas, maka rumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan *Brand Image* secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan ?

3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan ?
4. Apakah terdapat pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan ?

C. Batasan Masalah

1. Dalam penelitian ini penulis hanya membalas mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Penelitian dilakukan hanya pada PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan *Brand Image* secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan.

4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Erha *Dermacenter* Pondok Indah Jakarta Selatan.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan/ manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

   Diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran, dan untuk belajar mengenai cara-cara penerapan teori yang peneliti peroleh selama mengikuti perkuliahan dan kenyataan yang dihadapi di lapangan, serta untuk memenuhi syarat kelulusan S1 Ekonomi Manajemen.

2. Bagi Akademis

   Sebagai masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya .

3. Bagi Perusahaan

   Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memecahkan masalah yaitu masalah praktis dalam perusahaan yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA