

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kunci keunggulan bersaing perusahaan dalam situasi yang penuh persaingan ini adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan akan menjadi kunci keberhasilan dalam mendapatkan keunggulan bersaing perusahaan, tidak hanya dalam jangka pendek melainkan juga dalam jangka panjang. Oliver dalam Kotler (2009) mengemukakan bahwa loyalitas merupakan suatu komitmen yang dipegang oleh pelanggan yang mendorong untuk terjadinya pembelian ulang. Loyalitas secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa tertentu dan tertarik untuk melakukan pembelian ulang produk yang sama dari perusahaan yang sama. Loyalitas merupakan modal yang penting bagi perusahaan untuk bisa bersaing, karena dengan loyalitas berarti konsumen puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian atau transaksi ulang dengan perusahaan.

Kepuasan konsumen dapat memberikan suatu dorongan yang baik bagi konsumen untuk bisa menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan, hubungan dengan nasabah ini pula dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk bisa lebih memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Apabila konsumen selalu terpuaskan maka akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan

terhadap suatu perusahaan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan, serta meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang gagal memuaskan konsumennya akan menghadapi masalah yang berat. Seorang pelanggan yang puas akan menceritakan pengalamannya yang menyenangkan dengan suatu produk kepada kawannya, sedangkan seorang pelanggan yang tidak puas akan menceritakan kekecewaannya kepada sebelas orang (Kotler, 2009). Jadi bisa dibayangkan apa yang akan terjadi apabila suatu perusahaan menghasilkan pelanggan yang tidak puas, jelaslah cerita buruk akan tersebar lebih jauh dan lebih cepat dibandingkan cerita yang baik dan dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap perusahaan, disisi lain keuntungan yang akan didapatkan perusahaan apabila berhasil memuaskan pelanggan diantaranya pelanggan akan membeli lagi, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain, pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing, dan pelanggan akan membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama (Kotler, 2012).

Pertumbuhan bisnis klinik kecantikan saat ini semakin berkembang dengan cukup pesat di Indonesia terutama Jombang. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya klinik-klinik kecantikan yang bermunculan. Dengan bertumbuhnya bisnis klinik kecantikan ini tentu sangat mempengaruhi perubahan yang terjadi di dalam masyarakat. Peningkatan pendapatan masyarakat saat ini merupakan faktor yang paling berpengaruh di dalam

perkembangan industri klinik kecantikan, dimana peningkatan pendapatan masyarakat menyebabkan perubahan daya beli dan gaya hidup masyarakat.

Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Konsumen yang puas akan memiliki loyalitas yang lebih besar, yang memungkinkan kesempatan untuk melakukan pembelian ulang di masa depan. Selain kepuasan, kepercayaan konsumen.

Pelanggan yang telah menggunakan jasa Loris Beauty Klinik Jombang mengalami peningkatan selama 3 tahun terakhir, berikut data penjualan selama tahun 2014 s/d 2016 :

Tabel 1.1

Jumlah pelanggan loris beauty klinik Jombang tahun 2017 sebagai berikut:

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>	<b>Prosentase</b>
Februari	6.120	-
Mei	6.422	30,2%
agustus	6.955	53,3%

Sumber : Data *Loris Beauty Klinik* Jombang, 2017

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa selama 6 bulan yaitu bulan Februari sampai Mei menunjukkan adanya peningkatan pelanggan pada bulan Mei meningkat 30,2% dari bulan Mei dan bulan Agustus mencapai 53,5% dari bulan Agustus, hal ini menunjukkan adanya kepercayaan pelanggan kepada Loris Beauty Klinik Jombang.

Dari data yang di dapat peneliti menunjukkan bahwa pelanggan di loris semakin tahun semakin meningkat, hal ini dikarenakan kepuasan dan kepercayaan yang di berikan oleh karyawan-karyawan loris dalam melakukan hubungan komunikasi dengan pelanggan yang cukup baik.

Selain itu juga kemampuan karyawan karyawan *Loris Beauty Klinik* Jombang dalam melakukan hubungan komunikasi dengan pelanggan cukup baik. Hal ini berdampak pada pelanggan merasa puas dengan *Loris Beauty Klinik* Jombang, hal ini juga didukung hasil survei kepuasan pelanggan yang dilakukan *Loris Beauty Klinik* Jombang pada 20 pelanggan hasilnya menunjukkan pelanggan loris sebagian besar yaitu 16 pelanggan menyatakan pelayanan receptionis cukup baik.

Disisi lain, beberapa pelanggan jasa klinik kecantikan *Loris Beauty Klinik* Jombang dalam memberikan pelayanan cukup menyenangkan sehingga pelanggan merasa puas. Mereka berpendapat menggunakan jasa klinik kecantikan *Loris Beauty Klinik* Jombang sudah berulang kali sehingga pengalaman pernah mencoba klinik lain akan menimbulkan biaya yang lebih.

Para pelanggan yang telah menggunakan jasa klinik kecantikan pada *Loris Beauty Klinik* Jombang beranggapan mereka telah mempercayai *Loris Beauty Klinik* Jombang karena telah berdiri selama 4 tahun. Sehingga mereka sangat percaya akan jasa yang diberikan. *Loris Beauty Klinik* Jombang merupakan jasa klinik kecantikan yang dapat mengubah wajah dengan cepat putih dan bersih, dan mengenai produk yang dipakai kebanyakan buatan sendiri yang sudah terjamin keamanan untuk kulit wajah. Berdasarkan hasil

observasi yang dilakukan peneliti pada bulan Maret tahun 2017 di Loris *Beauty Clinic* Jombang, pelanggan merasakan perhatian yang baik dari pihak Loris *Beauty Clinic* Jombang,

Kepercayaan pelanggan jasa klinik kecantikan pada Loris *Beauty Clinic* Jombang ditunjukkan dengan kemampuan Loris *Beauty Clinic* Jombang dalam menanggapi kebutuhan dan keluhan pelanggan. Kepercayaan tersebut terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya dengan Loris *Beauty Clinic* Jombang.

Akan tetapi Pelanggan tidak sia-sia mengeluarkan biaya beralih apabila jasa yang diberikan oleh perusahaan lain lebih baik dari jasa yang diberikan oleh Loris *Beauty Clinic* Jombang, tapi pelanggan akan menyesal telah mengeluarkan biaya beralih apabila jasa yang dirasakan dari perusahaan jasa lain tidak sebaik jasa yang diberikan oleh jasa Loris *Beauty Clinic* Jombang.

Masalah lain yang dihadapi oleh Loris *Beauty Clinic* Jombang adalah tidak jarang pelanggan Loris *Beauty Clinic* Jombang tidak loyal terhadap Loris *Beauty Clinic* Jombang, selain itu loyalitas ganda mulai berkembang dikalangan pelanggan Loris *Beauty Clinic* Jombang ditandai dengan adanya kecenderungan konsumen beralih ke klinik kecantikan lain. Salah satu jawaban untuk masalah ini adalah bergantung pada kemampuan para pelaku Loris *Beauty Clinic* Jombang dalam memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

Di Loris *Beauty Clinic* Jombang selama bulan Januari – April terdapat 38 konsumen yang berpindah menggunakan klinik kecantikan lain, akan

tetapi semua konsumen memutuskan kembali menggunakan jasa Loris *Beauty Clinic* Jombang sehingga pelanggan yang berpindah ke klinik lain dan kembali Loris *Beauty Clinic* Jombang menimbulkan *switching cost* yang signifikan karena dokter kecantikan di Loris *Beauty Clinic* meminta pemeriksaan karena jenis bahan kecantikan berbeda di dokter sebelumnya, selain itu perawatan kecantikan memerlukan proses perawatan awal kembali sehingga menimbulkan *Switching cost* bagi pelanggan tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa *Switching Cost* juga berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen Loris *Beauty Clinic* selain kepuasan dan kepercayaan pelanggan. *Switching cost* didefinisikan sebagai biaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk pindah dari produk atau jasa perusahaan saat ini kepada produk atau jasa *competitor*. Faktor tersebut penting artinya karena memaksa konsumen menjadi loyal. Konsekuensinya adalah perusahaan dapat mempertahankan konsumennya dalam jangka pendek.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas dengan Mediasi *Switching Costs* pada Loris *Beauty Clinic* Jombang”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas pelanggan pada Loris *Beauty Clinic* Jombang?

2. Apakah terdapat pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas pada Loris *Beauty Clinic* Jombang?
3. Apakah terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Switching Costs pelanggan pada Loris *Beauty Clinic* Jombang?
4. Apakah terdapat pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap *Switching Costs* pelanggan pada Loris *Beauty Clinic* Jombang?
5. Apakah terdapat pengaruh *Switching Cost* terhadap Loyalitas pada Loris *Beauty Clinic* Jombang?
6. Apakah *Switching Costs* pelanggan memediasi pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas pada Loris *Beauty Clinic* Jombang?
7. Apakah *Switching Costs* pelanggan memediasi pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas pada Loris *Beauty Clinic* Jombang?

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini meneliti mengenai pengaruh kepuasan dengan tiga indikator yaitu : Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali Kesediaan merekomendasikan, variable kepercayaan konsumen dengan dua indikator yaitu : *Trusting belief* dan *Trusting intention* terhadap loyalitas dengan indikator : Melakukan pembelian berulang secara teratur, Mereferensikan pada orang lain dan Menunjukkan kekebalan tarikan dari pesaing dan mediasi *Switching Costs* dengan indikator : *Transaction cost* atau biaya transaksi *Learning cost* atau biaya belajar dan *Contractual cost* atau

biaya kontraktual. Penelitian ini dilakukan pada 100 pelanggan *Loris Beauty Clinic* Jombang tahun 2017.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas pelanggan pada *Loris Beauty Clinic* Jombang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas pada *Loris Beauty Clinic* Jombang
3. Untuk mengetahuidan menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap *Switching Costs* pelanggan pada *Loris Beauty Clinic* Jombang
4. Untuk mengetahuidan menganalisis pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap *Switching Costs* pelanggan pada *Loris Beauty Clinic* Jombang
5. Untuk mengetahuidan menganalisis pengaruh *Switching Costs* terhadap Loyalitas pada *Loris Beauty Clinic* Jombang?
6. Untuk mengetahui dan menganalisis *Switching Costs* pelanggan memediasi pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas pada *Loris Beauty Clinic* Jombang
7. Untuk mengetahui dan menganalisis switching cost pelanggan memediasi pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pada *Loris Beauty Clinic* Jombang

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi tentang *Switching Costs*, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi peneliti untuk melihat dan memahami penerapan teori - teori dan literatur yang peneliti peroleh dibangku perkuliahan, dan mencoba membandingkannya dengan praktek yang ada di lapangan. Dengan demikian akan menambah pemahaman penulisan dalam bidang manajemen, khususnya dibidang pemasaran.