

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Klinik atau salon kecantikan dewasa ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat bagi kaum wanita. Keputusan memilih klinik kecantikan perlu diperhatikan karena jika memilih klinik kecantikan hanya berdasarkan informasi iklan atau *trend* merupakan suatu tindakan yang tidak objektif. Ada beberapa hal yang harus dipastikan terlebih dahulu dari klinik kecantikan yang akan dikunjungi. Mulai dari dokter, produk kecantikan, profil klinik kecantikan, dan kondisi klinik tersebut (Indah, 2015)

Kepuasan pelanggan akhir-akhir ini menjadi suatu hal yang dianggap sangat penting dalam semua sektor bisnis, baik barang maupun jasa. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas (*service- quality*) kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan atau (*customers satisfaction*) adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan jika pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (*triatmojo*). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang berupa puas atau tidak puas terhadap sebuah produk atau jasa yang di terima. Pelayanan yang baik akan mampu memuaskan pelanggan. Pelanggan yang puas akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain tentang pengalaman baik mereka, pelanggan yang tidak puas akan sering berganti kepesaing lainnya dan menjelek-jelekan produk yang mereka beli kepada orang lain (Lusiana, 2015)

Kepuasan pelanggan adalah kunci loyalitas pelanggan. Fornell dalam Arianidan Rosinta (2010) menyebutkan banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi dapat juga mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitifitas pelanggan terhadap

harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektifitas iklan, dan meningkatkan repotasi bisnis. Tercapainya kepuasan pelanggan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan, peningkatan kepuasan pelanggan akan meningkatkan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang sehingga akan menciptakan loyalitas pelanggan (Lusiana, 2015).

Kotler dan Armstrong (2013) juga mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Black Well, Engel, dan Paul, 1994). Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Belk, 1986). Dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan memperlihatkan peluang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang (Meliana, 2002).

Kualitas pelayanan kesehatan lebih terkait juga terhadap kelancaran komunikasi antara petugas dan pasien. Dalam menilai kualitas pelayanan terdapat lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan, yaitu (1) berwujud (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi, (2) kehandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. (3) ketanggapan (*responsiveness*) yaitu keinginan para staff untuk membantu pelanggan dengan tanggap, (4) kepastian atau jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staff, bebas dari bahaya resiko dan keraguan, (5) empati (*emphaty*) meliputi

kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Kelima dimensi mutu pelayanan kesehatan apabila diberikan oleh penyedia layanan kesehatan seperti rumah sakit akan merupakan jaminan bahwa tempat pelayanan tersebut telah melaksanakan konsep pelayanan prima bagi masyarakat (Helvina, 2016). Perkembangan zaman yang semakin modern ini, bisnis kecantikan semakin berkembang di masyarakat. Hal ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat di antara klinik kecantikan satu dengan lainnya. Pihak manajemen harus siap dengan kompetisi antar usaha yang sejenis klinik kecantikan yang adakalanya dalam persaingan yang ketat, sehingga wawasan manajemen yang inovatif dan kreatif sangat diperlukan untuk memenangkan persaingan. Untuk itu, pihak manajemen harus senantiasa memahami perilaku konsumen yang setiap saatnya berubah, karena banyak variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli barang atau jasa. Mengetahui dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberi masukan dalam perencanaan strategi pemasaran. Salah satu bentuk strategi pemasaran yaitu strategi bauran pemasaran. Strategi pemasaran itu ditetapkan supaya tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita. Bukan hanya membuat penampilan menjadi menarik saja, melainkan yang terpenting adalah untuk kesehatan kulit. Perawatan kulit sebaiknya dimulai sejak dini, saat mulai menginjak usia pubertas yang mana keadaan hormonal akan mempengaruhi keadaan kulit. Perawatan kulit wajah (*facial treatment*) secara teratur penting untuk dilakukan, apalagi bagi konsumen yang lebih banyak berada diluar rumah/gedung perkantoran. Dengan begitu sangat diperlukan perlindungan kulit dari partikel bebas, seperti asap kendaraan bermotor, polusi, dan sinar langsung ultra violet. Selain dengan menerapkan pola gaya hidup yang sehat seperti olahraga yang teratur, tidak merokok, tidak meminum minuman

beralkohol, menghindari polutan, menghindari stress yang berlebihan, untuk menjaga kesehatan kulit diperlukan perawatan yang tepat (Afifah, 2014).

Banyak alasan yang mendorong wanita untuk melakukan perawatan. Hasil dari sebuah survei yang didesain bersama Olay dan Dr. Joyce Lim, seorang dermatologis terkemuka dari Singapura. Survei diadakan oleh independent research agency Taylor Nelson Sofres (TNS) kepada 1800 wanita berusia 20-39 tahun di lima negara Asia : India, Indonesia, Korea, Filipina, dan Thailand menyatakan bahwa mayoritas wanita Asia (65%) yakin kulit yang tampak awet muda sangat penting untuk melakukan perawatan kecantikan kulit, wanita Asia mulai melihat tanda-tanda penuaan pada usia rata-rata 25 tahun 7 bulan. Lalu satu dari tiga wanita Asia di usia 20 tahun, mereka menunda melakukan perawatan kulit anti aging dan satu dari tiga wanita di Asia hanya menggunakan perawatan whitening, walaupun mereka juga mengalami tanda-tanda penuaan, selain itu survei juga dilakukan di Indonesia bekerja sama dengan salah satu website media terhadap 778 responden pada pertengahan tahun 2011. Hasil survei tersebut, alasan menggunakan produk perawatan wajah adalah memiliki kulit cerah 66, 35%. Usia mulai menggunakan produk perawatan pada 15-20 tahun 46, 43% dan tanda penuaan dini yang terlihat kulit tampak kusam 53,30%. Menyadari tanda penuaan dini diumur pada usia 25-30 tahun 57,07%. Produk kulit yang diinginkan: kombinasi (mendapat kulit cerah & anti-aging) 63, 53% (Afifah, 2014).

2016		2017	
Periode	Jumlah Kunjungan (orang)	Periode	Jumlah Kunjungan (orang)
Januari	40	Januari	98
Februari	43	Februari	86
Maret	50	Maret	70
April	54	April	68
Mei	58	Mei	67
Juni	59	Juni	68
Juli	63	Juli	70
Agustus	71	Agustus	53
September	77	September	51
Oktober	68	Oktober	50
November	83	November	43
Desember	126	Desember	47

Berdasarkan survey awal yang dilakukan kepada 20 responden pengunjung dr.florine Aesthetic Clinic Pekanbaru yaitu 20% responden merasa dokter datang dengan tidak tepat waktu, 20% responden merasa ada beberapa karyawan yang kurang ramah dalam memberikan pelayanan, 15% responden merasa petugas kurang teliti dalam melayani pasien, 15% responden merasa pihak klinik kurang memberikan kemudahan dalam berkonsultasi dengan dokter terkait, 10% responden merasa fasilitas yang kurang lengkap.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien di dr.Florine Aesthetic Clinic Pekanbaru tahun 2018".

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu "Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pasien di klinik kecantikan di kota Pekanbaru Pekanbaru tahun 2018".

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien di dr.Florine Clinic Pekanbaru tahun 2018.

2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui pengaruh Keandalan(*Reliability*) terhadap kepuasan pasien di dr.Florine Clinic Pekanbaru Tahun 2018.
- b. Mengetahui pengaruh Ketanggapan (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pasien di dr.Florine Clinic Pekanbaru Tahun 2018.
- c. Mengetahui pengaruh Keyakinan/jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pasien di dr.Florine Clinic Pekanbaru Tahun 2018.
- d. Mengetahui pengaruh Kepedulian/perhatian (*Empathy*) terhadap kepuasan pasien di dr.Florine Clinic Pekanbaru Tahun 2018.
- e. Mengetahui pengaruh Penampilan/ Bukti fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan pasien di dr.Florine Clinic Pekanbaru Tahun 2018.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Institusi Pendidikan Ilmu Kesehatan Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat menjelaskan tentang Faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien di dr.Florine Clinic Pekanbaru tahun 2018.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa menjadi pedoman bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang Faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien di dr.Florine Clinic Pekanbaru tahun 2018.