

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju dan modern, para pelaku usaha dihadapkan oleh persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut para pelaku usaha untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha untuk memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dinyatakan bahwa untuk memenangkan persaingan di dunia usaha yang semakin ketat ini pelaku usaha harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen melalui produk dan jasa yang berkualitas serta harga yang bersaing.

Kepuasan Konsumen merupakan perasaan konsumen, baik berupa kesenangan maupun ketidakpuasan yang ditimbulkan dari membandingkan hasil sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tertentu Kotler (2014). Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum diantaranya yaitu jika kinerja dibawah harapan konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas senang atau gembira.

Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu persepsi harga dan kualitas pelayanan. Penilaian yang dirasakan setiap konsumen terhadap suatu produk maupun jasa yang mereka terima

berbeda-beda. Persepsi konsumen terhadap suatu harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk maupun jasa sehingga klinik tersebut harus mampu memberikan persepsi harga yang baik terhadap produk maupun jasa. Menurut Schiffman dan Kanuk (2004) Persepsi Harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli. Selain itu konsumen juga akan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan hal utama agar dapat menarik konsumen dan dapat bersaing dengan bisnis yang serupa, karena citra kualitas yang baik bukan berasal dari persepsi penyedia jasa melainkan dari persepsi konsumen.

Menurut Tjiptono (2011)“menyatakan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekpetasi konsumen”. Berdasarkan pernyataan tersebut pelayanan berkualitas merupakan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, ramah, kecepatan dan ketanggap andalan melayani konsumen maka konsumen akan mempersepsikan baik kualitas layanan yang diberikan, dan sebaliknya jika kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen kurang atau tidak sesuai apa yang diharapkan maka kualitas layanan akan di persepsikan buruk. Jika konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, konsumen akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan membuat para pelaku usaha akan merasa rugi.

Sehingga cara untuk menciptakan kepuasan konsumen yaitu dengan cara menyesuaikan harga produk dengan target pasar yang telah ditentukan, menawarkan produk dan jasa yang berkualitas, serta pelayanan yang memuaskan hati konsumen seperti kehandalan, kesopanan dan keramahan terhadap konsumen.

Penulis merasa tertarik untuk meneliti Klinik Kecantikan karena Klinik Kecantikan adalah layanan perawatan kulit yang menawarkan produk dan layanan yang bertujuan melindungi, memperbaiki, dan meningkatkan penampilan kulit. Klinik kecantikan pada saat ini telah menjadi kebutuhan bagi orang yang menginginkan kulit yang sehat, khususnya kaum wanita yang menginginkan kecantikan. Tuntutan gaya hidup kaum wanita pada saat ini menuntut untuk lebih memperhatikan penampilan, untuk itu perawatan kulit sangat penting. Terlebih lagi untuk mengatasi berbagai keluhan yang menyebabkan masalah pada kulit yang dapat mengurangi kecantikan, maka itu setiap orang membutuhkan produk dan jasa perawatan yang tepat. Klinik Kecantikan yang saya jadikan objek penelitian adalah Klinik Kecantikan Annabel Beauty karena memiliki permasalahan salah satunya yaitu jumlah konsumen yang tidak tetap setiap bulannya seperti naik turunnya jumlah konsumen yang cukup signifikan hal ini mungkin dapat dipengaruhi oleh persepsi harga dan kualitas pelayanan pada Klinik Annabel tersebut. Klinik Annabel Beauty berdiri sejak tahun 29 Mei 2014. Lokasi berada di jalan raya Randegan sari selatan POM bensin, Ruko city A9, Driyorejo, Gresik. Klinik ini buka sehari

selasa-minggu mulai dari jam 09.00-20.00 WIB.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Annabel Beauty Driyorejo**"

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo?
3. Apakah persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Umum
 - a. Untuk dapat memenuhi salah satu syarat tugas akhir mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
 - b. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapatkan dari Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Tujuan Khusus
 - a. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo
 - b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo

c. Untuk mengetahui apakah persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo ?

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, hasil penelitian ini juga bias menambah pengetahuan dan wawasan ilmu manajemen pemasaran dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori yang diperoleh selama kuliah, membantu memecahkan permasalahan mengenai persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo.

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dan berguna sebagai bahan referensi dalam memajukan kualitas pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi buana Surabaya.

3. Bagi Klinik Annabel Beauty

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi tentang usaha atau cara yang ditempuh bila perusahaan dalam mengkaji ulang manajemen pemasarannya berdasarkan variable persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta diharapkan sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan harga yang sesuai kualitasnya dan mengembangkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGI