

# **BAB I**

## **PENDAULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pesatnya perkembangan dunia kecantikan pada saat ini menjadi hal yang sangat menarik dikalangan masyarakat. Perawatan kecantikan di zaman sekarang ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang yang menginginkan kulit yang sehat, khususnya wanita. Seiring berkembangnya zaman, gaya hidup kaum wanita maupun pria menuntut untuk lebih memperhatikan penampilan. Terlebih lagi untuk mengatasi berbagai masalah pada kulit yang membuat setiap orang tidak percaya diri, maka dari itu setiap orang sangat membutuhkan produk dan perawatan yang sesuai dan tepat. Perusahaan harus dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dalam menghadapi persaingan. Loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Mempertahankan pelanggan berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menjadi salah satu alasan sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Karena pelanggan yang merasa sangat puas akan menjadi loyal dan itu merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Menurut Kotler dalam Mardalis (2006: 117) dibandingkan dengan menarik pelanggan baru, lebih baik mempertahankan pelanggan yang sudah ada, karena biaya untuk menarik pelanggan baru tersebut lebih banyak lima kali lipat dibandingkan dengan biaya mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:107) Loyalitas bisa disebabkan karena adanya tingkat kepuasan yang sangat tinggi. Sudah menjadi pendapat semua orang, apabila pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk atau merek tertentu, pelanggan akan cenderung melakukan kegiatan pembelian ulang dan menggunakannya secara berulang bahkan sampai memberi tahu kepada orang lain tentang pengalaman pelanggan yang menyenangkan mengkonsumsi produk tersebut.

Rannia Dermacare Beauty Skin merupakan salah satu klinik kecantikan yang terus berusaha meningkatkan loyalitas pelanggannya, pelanggan yang loyal terhadap suatu produk atau jasa akan selalu setia terhadap produk atau jasa tersebut. Meskipun ada perubahan kenaikan harga produk di klinik tersebut, pelanggan akan tetap membelinya dan tidak akan terpengaruh untuk berniat untuk pindah ke produk lain.

Masyarakat di kota Metro termasuk masyarakat yang selalu mengikuti perkembangan zaman khususnya penampilan. Ditambah lagi dengan banyaknya Universitas, mahasiswa sangat peduli terhadap perawatan diri terutama wajah lebih tinggi daripada masyarakat biasa, karena saat ini sudah banyak sekali pengguna jalan yang menaiki kendaraan sepeda motor yang memicu banyaknya polusi, hal ini yang menjadi penyebab kulit menjadi kusam dan berjerawat. Fenomena tersebut menjadi peluang bagi klinik kecantikan yang dapat membantu masyarakat dalam mengatasi masalah pada kulit.

Rannia Dermacare Beauty Skin merupakan salah satu klinik kecantikan yang banyak diminati oleh masyarakat di kota Metro. Rania Dermacare Beauty Skin adalah klinik kecantikan yang terletak di Jl. Yosodadi, Kec. Metro Tim, Kota Metro, Lampung yaitu klinik yang melayani perawatan wajah dan badan dengan memakai bahan alami yang disinergikan penggunaan teknologi modern dengan harga yang terjangkau.

Harga sangat berpengaruh terhadap konsumen atau pelanggan, karena jika harga yang relative murah dan terjangkau dapat membuat pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Harga yang ditawarkan oleh klinik kecantikan Rannia Dermare Beauty Skin dikategorikan sebagai harga yang cukup terjangkau untuk kalangan masyarakat menengah maupun mahasiswa apabila dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh para pesaing sejenis.

Produk-produk yang disediakan oleh Rannia Dermacare Beauty Skin yaitu produk yang dibuat dari bahan-bahan alami dan sudah bersertifikat CPKB (Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik) dari BPOM, sehingga aman untuk digunakan dalam jangka panjang. Semua produk di Rannia Drmacare Beauty Skin terbuat dari bahan dasar alami sehingga tidak menimbulkan efek samping atau bisa menyebabkan ketergantungan, jadi pemakaian produknya bisa dihentikan sewaktu-waktu.

Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, Rannia Dermacare Beauty skin juga sangat memperhatikan apa yang di keluhkan serta yang diinginkan oleh pelanggan salah satunya melalui sosial media instagram. Di era modern seperti saat ini, banyak sekali cara untuk mempromosikan dan memberikan informasi suatu hal penting melalui sosial media seperti facebook,instagram, whatsapp,tiktok, twitter, telegram,dan yang lainnya. Rannia Dermacare Beauty Skin memakai digital platform sosial media instagram untuk memberikan

informasi lebih jelas dan lengkap mengenai produk yang dijual, dengan tujuan menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Rannia Dermacare Beauty Skin dipilih dalam penelitian ini karena merupakan salah satu klinik skincare di kota metro yang banyak diminati oleh masyarakat dan mahasiswa di kota metro yang menawarkan perawatan wajah dan badan dengan memberikan pelayanan online serta produk yang aman dan harga yang tentu saja terjangkau untuk masyarakat di kota metro. Fenomena yang terjadi pada Rannia Dermacare Skincare adalah naik dan turunnya jumlah kunjungan pelanggan yang melakukan transaksi pada Rannia Dermacare Skincare di kota metro. Jadi, klinik Rannia harus bisa mempertahankan pelanggan jika terjadi kenaikan dan harus bisa mengetahui bagaimana caranya agar pelanggan yang berkunjung bisa meningkat lagi jika terjadi penurunan kunjungan pelanggan yang melakukan transaksi. Peningkatan dan penurunan terhadap penjualan klinik kecantikan Rannia Beauty Skin dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang melakukan transaksi di Rannia Beauty Skin Metro pada tabel berikut :

**Tabel 1. Data Pengunjung Yang Melakukan Transaksi Pada Klinik Kecantikan Rannia Beauty Skin Metro Tahun 2021**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
1	Januari	900
2	Februari	824
3	Maret	1383
4	April	872
5	Mei	869
6	Juni	1200
7	Juli	990
8	Agustus	802
9	September	928
10	Oktober	1007
11	November	1277
12	Desember	970
	<b>Total Pengunjung</b>	<b>12.022</b>

Sumber : Rannia Beauty Skin Metro, 2021

Berdasarkan jumlah pengunjung pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa pengunjung yang melakukan transaksi setiap bulannya tidak stabil dan mengalami penurunan pada bulan agustus. Berdasarkan data, jumlah pengunjung yang melakukan transaksi tertinggi ada pada bulan maret Dengan adanya fluktuasi jumlah pengunjung disetiap bulannya, mengindikasikan adanya

faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dijadikan acuan selanjutnya bagaimana strategi mempertahankan loyalitas pelanggan Rannia Beauty Skin Metro supaya tetap menjadi klinik kecantikan yang memiliki keunggulan dibanding klinik kecantikan yang lain.

Dari data pengunjung yang setiap bulannya mengalami ketidak stabilan tersebut, peneliti melakukan wawancara pra survey kepada pelanggan Rannia Beauty Skin, dan menemukan beberapa keluhan pelanggan yang menjadikan pelanggan tidak loyal yaitu seperti harga produk skincare yang cenderung mahal, produk skincare yang tidak sesuai harapan, kurangnya promosi dan pemberian informasi melalui sosial media instagram yang menjadikan pelanggan tidak tertarik dan tidak tahu tentang informasi produk lebih jelas, serta tidak adanya kepuasan pelanggan setelah menggunakan produk skincare Rannia Beauty Skin. Fenomena yang terjadi dan penelitian terlebih dahulu yang telah dilakukan dan memberikan hasil yang berbeda-beda, dan dari yang telah diuraikan peneliti dalam latar belakang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Klinik Rannia Dermacare Skincare dengan judul “ **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Media sosial instagram, dan kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan Pada Produk Skincare Rannia di kota Metro**”.

## **B. Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Dari uraian yang diuraikan pada latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Harga skincare Rannia Dermacare Beauty Skin cenderung mahal sehingga pelanggan menjadi tidak loyal
- b. Produk skincare Rannia Dermacare Beauty skin tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan
- c. Kurangnya pemberian informasi melalui sosial media instagram dan pemakaian media sosial instagram yang kurang optimal Rannia Dermacare Beauty Skin
- d. Tidak adanya kepuasan pelanggan setelah mengkonsumsi produk skincare Rannia Dermacare Beauty Skin

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare rannia di kota metro?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare rannia di kota metro?
- c. Apakah sosial media instagram berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare rannia di kota metro?
- d. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare rania di kota metro?
- e. Apakah harga, kualitas produk, media sosial instagram dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare rannia di kota metro?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare Rannia di kota Metro.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare Rannia di kota Metro.
3. Untuk mengetahui apakah sosial media instagram berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare Rannia di kota Metro.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare Rannia di kota Metro.
5. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, media sosial instagram dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan skincare Rannia di kota Metro.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mempertahankan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan cara menerapkan konsep harga, kualitas produk, media sosial instagram dan kepuasan pelanggan. Sehingga perusahaan mampu meningkatkan volume penjualannya serta dapat digunakan perusahaan dalam memperluas pangsa pasar.

## 2. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi tambahan yang berguna bagi program studi dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro khususnya mahasiswa manajemen dalam melakukan penelitian dengan objek maupun masalah yang sama dan mengembangkannya dimasa yang akan datang.

## 3. Bagi Pembaca

Dapat menambah informasi atau referensi dalam kajian penelitian, khususnya mengenai pengaruh harga, kualitas produk, media sosial instagram dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Skincare Rannia di kota Metro.

## 4. Bagi Peneliti

Sebagai wadah untuk mempraktikkan bermacam-macam teori yang diterima selama diperkuliahan serta menjadikan sarana latihan dalam memecahkan berbagai masalah-masalah yang sering terjadi di masyarakat sebelum terjun pada dunia kerja yang sesungguhnya.

### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

#### 1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengaruh harga, kualitas produk, media sosial instagram dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen skincare Rannia di kota Metro.

#### 3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada semester ganjil tahun pelajaran 2021/2022 dalam jangka waktu satu bulan penelitian.

#### 4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Klinik Kecantikan rannia Beauty Skin 21a Kota Metro.

### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan singkat mengenai pembahasan skripsi ini, maka penulisannya dibagi dalam tiga bab pembahasan, yaitu sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang penelitian, identifikasi dan rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II KAJIAN LITERATUR**

Bab ini menguraikan tentang deskripsi teori yang berisi (definisi variable dan sintesis), penelitian terlebih dahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, metode penelitian, operasionalisasi variable, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, pengujian persyaratan instrumen, pengujian persyaratan analisis, model analisis dan hipotesis statistik.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN-LAMPIRAN**