

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan (loyalitas). Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya, baik pelayanan informasi dan juga pelayanan jasa.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan.

Klinik kecantikan Alamanda merupakan salah satu klinik kecantikan yang berada di daerah Tangerang yang bergerak dibidang klinik kecantikan. Salah satu bentuk pelayanan kepada pelanggan adalah adanya petugas informasi yang ramah dan selalu tanggap terhadap konsumen serta mau melakukan kontak secara langsung.

Bentuk pelayanan dalam suatu perusahaan akan memberikan kesan tertentu kepada pelanggannya, sehingga terbentuklah opini dan sikap pelanggan terhadap perusahaan. Terciptanya kondisi persaingan yang semakin tinggi antara klinik kecantikan yang ada, maka kualitas pelayanan sangat diperlukan, setiap klinik kecantikan menawarkan keunggulan dari segi produk dan fasilitas, akan tetapi jika pelayanan yang diberikan mengecewakan pelanggan, maka pelanggan akan cenderung memberikan pandangan yang negative terhadap klinik kecantikan tersebut.

Klinik kecantikan Alamanda sebagai klinik kecantikan yang bergerak dalam bidang jasa, dimana salah satu faktor yang terpenting adalah segi kemampuan pelayan informasi kepada pelanggan, contohnya pelayan informasi harus mampu memenuhi dan menjawab segala kebutuhan serta permasalahan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh klinik kecantikan Alamanda dapat membuat klinik ini mampu bersaing dengan klinik kecantikan yang sudah mempunyai nama besar di daerah Tangerang. Selain itu peneliti juga ingin mengukur tingkat kelayakitan pelanggan klinik kecantikan Alamanda, karena setiap pelanggan yang sudah loyal bisa saja berbeda-beda tingkat kelayakitannya.

Pelayanan prima menjadi tuntutan masyarakat, kualitas pelayanan yang tinggi merupakan tuntutan, bentuk pelayanan dalam suatu perusahaan akan memberikan kesan tertentu kepada pelangganya, sehingga terbentuklah opini dan sikap pelanggan terhadap perusahaan. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai dari sudut pandang perusahaan, tetapi harus dilihat dari sudut pandang pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi akan membuat pelanggan menjadi puas dan terciptanya rasa loyalitas.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas pelayan informasi klinik kecantikan Alamanda terhadap loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka timbul pertanyaan :

“Bagaimana pengaruh kualitas pelayan informasi Klinik kecantikan Alamanda terhadap loyalitas pelanggan ?”

Dari rumusan masalah di atas penulis tertarik menarik judul penelitian pengaruh kualitas pelayan informasi klinik kecantikan Alamanda terhadap loyalitas pelanggan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayan informasi Klinik kecantikan Alamanda
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan Klinik kecantikan Alamanda terhadap pelayanan yang diberikan oleh pelayan informasi
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayan informasi klinik kecantikan Alamanda dapat membuat pelanggan Alamanda menjadi pelanggan yang loyal.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat secara praktis yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan masukan tentang kualitas pelayan informasi klinik kecantikan Alamanda dalam rangka mengembangkan kualitas pelayanan informasi terhadap pelanggannya.

Adapun manfaat teoritis yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya ilmu hubungan masyarakat yang berkaitan dengan kegiatan *Customer Relation* dalam rangka meningkatkan sikap positif publik terhadap perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman pembaca terhadap pembahasan, maka penulis membagi topik menjadi lima. Adapun masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN OPERASIONAL VARIABEL

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang merupakan landasan teori dalam penelitian, kerangka pemikiran dari hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta operasional variabel.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang desain penelitian, populasi dan sample, teknik sampling, dan bahan penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan populasi dan sampel serta uraian bahan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran mengenai penulisan dan pembahasan dari tema skripsi ini.