BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern ini, kesadaran terhadap sebuah penampilan merupakan fakor yang penting bagi semua orang. Karena penampilan adalah hal yang paling utama saat pertama kali dilihat oleh orang lain. Dari penampilan pun, orang dapat melihat cerminan kepribadian kita. Contohnya, penampilan yang berantakan dan tidak terurus akan menimbulkan persepsi bahwa orang tersebut adalah orang yang malas. Penampilan bukan hanya dilihat dari bagaimana cara berpakaian, tetapi juga dilihat dari bagaimana cara mereka merawat tubuh. Biasanya, fokus mereka lebih kepada merawat kulit wajah. Karena dengan memiliki kulit wajah yang sehat, mereka akan terlihat lebih menarik dan akan lebih percaya diri.

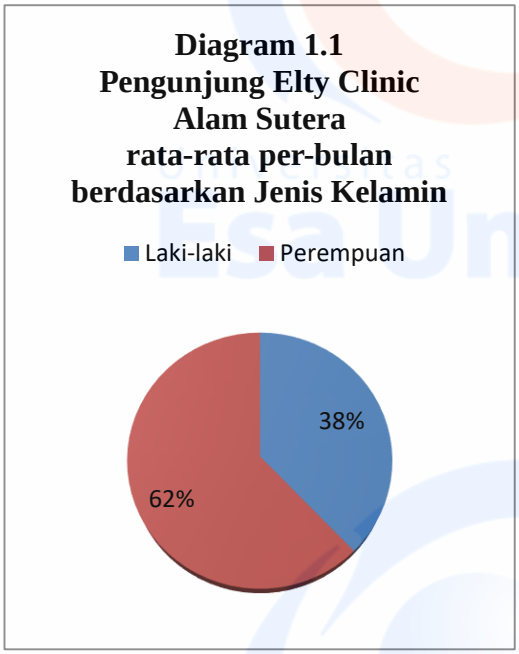
Bukan hanya kaum wanita yang memerlukan perawatan kulit wajah, kaum pria pun peduli akan pentingnya merawat kulit wajah. Menurut Dr.Indriyati dokter kecantikan salah satu klinik kecantikan Jakarta Utara Sabtu (17 April 2014) dalam artikel liputan6.com, perawatan wajah dalam artian menjaga kebersihan wajah harus dijalani sedini mungkin, tetapi perawatan wajah dengan memakai produk kecantikan dan perawatan klinik dibutuhkan ketika para remaja sudah mengalami pubertas atau menstuasi. Melihat kebutuhan masyarakat terhadap pentingnya menjaga dan merawat kecantikan mereka, mendorong munculnya klinik-klinik kecantikan.

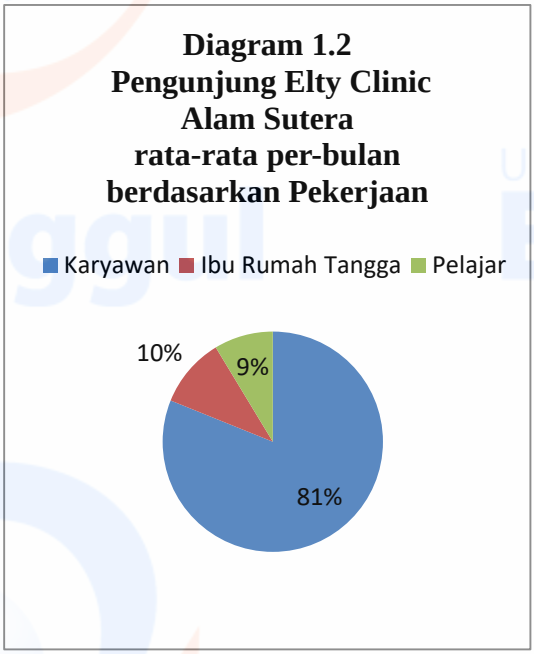
Berdasarkan data yang diperoleh dari Kompas.com edisi 11/01/2018, kebutuhan untuk melakukan terapi kecantikan sekarang sudah bergeser kepada generasi milenial. Permasalahannya biasanya terletak pada kulit yang kusam, berminyak, dan berjerawat.

Salah satu klinik yang saat ini digandrungi oleh kaum remaja hingga lanjut usia adalah Elty Clinic Alam Sutera. Klinik yang terletak di Alam Sutera ini mengusung konsep *non-surgical clinic* dengan metode dari Korea, Bangkok, dan USA. Mempunyai berbagai *treatment* yang menarik, pelayanan yang memuaskan, dan juga strategi marketing yang baik membuat Elty Clinic Alam Sutera berbeda dari klinik Elty yang lain.

Jumlah pengunjung Elty Clinic Alam Sutera pada bulan Oktober 2018 adalah 125 orang. Dari jumlah tersebut rata-rata per-minggu jumlah pengunjung adalah 31 orang dan rata-rata perharinya lima orang. Dengan jumlah pengunjung yang dibagi lagi menjadi karyawan sebanyak 101 orang, ibu rumah tangga sebanyak 13 orang, dan pelajar sebanyak 11 orang. Berdasarkan jenis kelamin perempuan berjumlah 69 orang dan laki-laki berjumlah 56 orang.

Dalam diagram jumlah pengunjung Elty Clinic Alam Sutera dapat dilihat seperti di bawah ini.





Elty Clinic Alam Sutera merupakan *franchise* dari Elty Clinic pusat yang berlokasi di Bandar Lampung. Investor tertarik untuk membeli *franchise* Elty Clinic dikarenakan adanya referensi dari orang-orang terdekat dan mempunyai rasa ingin tahu yang lebih tentang dunia klinik kecantikan dan mencoba membeli *franchise* Elty Clinic.

Elty Clinic Alam Sutera selalu meng-*highlight* atau menonjolkan hastag di instagram #EltyClinicAlamSutera #BukanYangLain. Hal itu dikarenakan banyak sekali pasien dari cabang Elty Clinic lain menelepon, mengirim pesan melalui fasilitas *direct message* atau komen di instagram, bahkan mendatangi klinik Elty Clinic Alam Sutera untuk bertanya mengenai banyak hal dan meminta pertanggung jawaban mengenai perawatan yang berbeda dari Elty Clinic pusat atau cabang lain. Sebagaimana *franchise*, Elty Clinic Alam Sutera dijanjikan oleh Elty Clinic pusat akan mendapatkan haknya sebagai *franchisee* yang sudah tertera dalam kontrak. Namun, beberapa kontrak telah dilanggar oleh Elty Clinic pusat. Dan dalam beberapa bulan kemudian, Elty Clinic Alam Sutera memutuskan untuk berjalan sendiri dengan melakukan inovasi terbaik, produk dan training dari luar negeri, dan dokter – tim ahli yang kompeten.

Maka dari itu, Elty Clinic Alam Sutera sedang melakukan proses hukum mengganti nama karena merasa dirugikan atau tidak sesuai dengan kontrak beli *franchise* yang ditawarkan oleh pusat dan tidak sevisi-misi dengan Elty Clinic pusat.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam melakukan hal *rebranding*, Elty Clinic Alam Sutera harus mengelola dengan tepat agar tidak menimbulkan krisis bagi perusahaan. Karena merek merupakan hal yang sangat penting untuk memasarkan produk ke konsumen. Menurut Kapferer dalam penelitian Wiranata dan Yuldinawati (2014) setuju bahwa perubahan merek dapat membahayakan antara lain hilangnya pilihan di mata konsumen, hilangnya loyalitas konsumen dan hilangnya pangsa pasar.

Menurut Philip Kotler dalam Kertamukti (2015:88) mendefinisikan Merk sebagai berikut:

"*A brand is a name, term, sign, symbol or design or combination of them, intended to identify the goods or service of one seller of groupof sellers and differentiate them from those of competitors.*

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa merk adalah nama, tanda, atau simbol yang mengidentifikasi suatu produk/jasa yang berfungsi untuk membedakan dengan produk sejenis.

Hankinson dan Lomax dalam Sibarani (2016:17) menyatakan bahwa *rebranding* melibatkan perubahan, tidak hanya dalam identitas visual organisasi tetapi juga menyebabkan perubahan nyata dalam organisasi. Dapat dikatakan, bahwa *rebranding* sebagai perubahan *image* dalam suatu perusahaan atau organisasi dan hal ini merupakan langkah dengan tujuan jangka panjang.

Dalam melakukan *rebranding*, perusahaan atau organisasi juga harus memikirkan konsumennya. Konsumen yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana diungkapkan Griffin (2005:31), konsumen yang loyal memiliki karakteristik diantaranya melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antarlini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah: *"Bagaimana Pengaruh Aktivitas Rebranding terhadap Loyalitas Pelanggan Elty Clinic Alam Sutera?"*

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Aktivitas *Rebranding* terhadap Loyalitas Pelanggan Elty Clinic Alam Sutera.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai bahan acuan bagi peneliti lain yang berkaitan dengan aktivitas *rebranding* dan loyalitas pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai masukan bagi Elty Clinic Alam Sutera untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan pada masa mendatang khususnya dalam upaya melakukan aktivitas *rebranding* dan loyalitas pelanggan.