

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era Beauty 4.0, permintaan masyarakat untuk memiliki penampilan yang sempurna telah meningkat, hal ini tidak hanya disebabkan oleh dorongan untuk eksistensi dan mengekspresikan diri melalui media sosial saja, tetapi juga untuk memengaruhi kehidupan sehari-hari mereka, baik dalam konteks pekerjaan, karir, maupun kehidupan sosial. Banyaknya masyarakat yang peduli dengan penampilan dan kesehatan kulit membuat munculnya klinik-klinik kecantikan dan kesehatan kulit. Pada awalnya, klinik kecantikan berfungsi sebagai sarana perawatan bagi individu yang mengalami masalah kesehatan kulit yang di luar batas normal. Namun, dalam konteks saat ini, klinik kecantikan telah berevolusi menjadi bagian integral dari gaya hidup. Perkembangan klinik kecantikan menjadi kebutuhan masyarakat mendorong klinik kecantikan untuk lebih fokus pada elemen-elemen yang memengaruhi loyalitas pasien terhadap bisnis tersebut sehingga pasien akan selalu setia menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Elemen penting dalam upaya menciptakan loyalitas pasien pada klinik kecantikan adalah berfokus pada tingkat kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan yang didapat oleh pasien.

Kualitas produk dalam konteks klinik kecantikan berkaitan dengan produk-produk perawatan kulit, kosmetik, atau prosedur kecantikan yang ditawarkan kepada pasien. Produk yang berkualitas tinggi akan memberikan manfaat yang nyata dan

memenuhi harapan pasien. Kualitas pelayanan mencakup interaksi antara klinik kecantikan dan pelanggan, termasuk keramahan, responsivitas, pengetahuan staf, dan kemampuan dalam memberikan pengalaman yang positif juga merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pasien. Pelayanan yang berkualitas akan memberikan manfaat tambahan disamping manfaat utama yang pasien harapkan, dengan adanya pelayanan yang baik akan mampu meningkatkan ekspektasi pasien terhadap produk yang pasien dapatkan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga merupakan faktor yang relevan dalam konteks ini, kepuasan pelanggan mencerminkan tingkat pemenuhan harapan dan keinginan yang diperoleh dari produk dan pelayanan yang perusahaan berikan kepada pasien.

Menjamurnya klinik kecantikan yang menyediakan produk dan layanan kesehatan kulit membuat pasien menjadi lebih cerdas dalam menentukan pilihan mereka. Akibatnya, perusahaan klinik kecantikan berada dalam persaingan yang ketat, berjuang untuk memenangkan hati pasien dengan menawarkan layanan terbaik dan produk berkualitas tinggi. Perusahaan klinik kecantikan menghadapi tantangan yang cukup besar dalam mempertahankan pelanggan yang loyal, persaingan yang ketat dalam memberikan kualitas layanan yang unggul mengharuskan perusahaan-perusahaan menawarkan produk berkualitas tinggi dengan didukung pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Diantara sekian banyak perusahaan klinik kecantikan yang berada di kota Batam yang menyediakan perawatan kesehatan kulit dan rambut, Erha Clinic adalah salah satu klinik yang berkompetisi pada produk kesehatan kulit dan rambut, Erha Clinic selalu

berusaha memprioritaskan pasien dengan produk yang berkualitas tinggi serta orientasi pelayanan pada kepuasan pasien. Komitmen ini sangat penting untuk memastikan kesetiaan pasien Erha Clinic dan mencegah pasien agar tidak beralih ke klinik kecantikan lain.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah *Visitor* dan *Revenue Clinic***

<b>Bulan</b>	<b>Visitor (V)</b>	<b>Growth (V)</b>	<b>Revenue (R)</b>	<b>Growth (R)</b>
Januari	1,285	-	1,131,317,700	-
Februari	1,054	-21.92%	869,442,450	-30.12%
Maret	1,380	23.62%	1,020,141,450	14.77%
April	1,547	10.80%	1,130,767,150	9.78%
Mei	1,226	-26.18%	980,697,900	-15.30%
Juni	1,282	4.37%	1,049,001,600	6.51%
Juli	1,169	-9.67%	1,043,866,250	-0.49%
Agustus	1,230	4.96%	1,132,273,625	7.81%
September	1,123	-9.53%	1,005,438,150	-12.61%
Oktober	1,088	-3.22%	1,132,382,525	11.21%
November	854	-27.40%	1,010,218,500	-12.09%
Desember	979	12.77%	1,073,296,670	5.88%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan informasi diatas bisa dilihat jika jumlah pasien Erha Clinic Batam berfluktuasi signifikan setiap bulannya, dominasi penyusutan visitor terlihat signifikan setiap bulannya, hal ini bisa dilihat pada bulan yang mengalami penyusutan visitor yang lumayan tinggi seperti yang terjadi pada bulan november dengan *minus growth* paling tinggi sebesar -27, 40% dibandingkan bulan oktober, setelah itu bulan mei *minus growth* sebesar -26,18% dibandingkan bulan april, februari dengan minus -21,92% dibandingkan bulan januari, hal seperti ini harus menjadi evaluasi bagi manajemen Erha Clinic Batam guna mencari tau apakah *minus growth* yang terjadi

berasal dari ketidakpuasan pasien dengan kualitas produk atau kualitas pelayanan Erha Clinic Batam. Selain minus visitor, fluktuasi penurunan revenue penjualan produk pada tahun 2022 juga terlihat stuck, penjualan produk jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan penjualan produk sebelum pandemic covid-19.

*Minus growth* pada visitor berdampak langsung pada *revenue* klinik, *minus growth* pada *revenue* klinik dalam bulan yang sama dapat dilihat february *minus growth revenue* sebesar -30,12%, mei *minus revenue* sebesar -15,30%, september *minus revenue* sebesar -12,61%, dan bulan november minus sebesar -12,09%. Berdasarkan data ini, manajemen harus mengevaluasi kembali apakah penurunan penjualan ini berasal dari ketidakpuasan pasien terhadap kualitas produk yang mereka dapatkan atau ada faktor lain yang menyebabkan penurunan penjualan produk tersebut.

Ditengah berkembangnya klinik klinik kecantikan yang menawarkan produk dan jasa kesehatan kulit dan rambut di kota Batam, menjadikan pasien semakin selektif dalam memilih, hal ini membuat perusahaan klinik kecantikan berlomba-lomba memberikan kualitas terbaik untuk mendapatkan hati pasien, diantaranya adalah berkompetisi dalam menawarkan produk berkualitas tinggi didukung dengan pemberian pelayanan yang berkualitas baik kepada pasien. Berikut adalah klinik klinik kecantikan yang berada di kota Batam yang berlokasi tidak jauh dari Erha Clinic Batam yang juga menawarkan produk dan treatment kesehatan dan kecantikan kulit.

**Tabel 1.2**  
**Data Rating Rate by Google Erha Clinic dan Kompetitor**

No	Competitors	Rating Google	Jumlah Ulasan	Alamat Klinik
1	Erha Clinic	4.2	67	Jl. Gajah Mada, Ruko Rafflesia Blok H1-2
2	Miracle	5.0	616	Ruko Mahkota Raya Blok C No. 9-11
3	Bening's	4.6	59	Jl. Budi Kemuliaan Blok PH No. 90
4	Eudora	4.7	128	Jl. Raja Haji Fisabilillah No.12
5	Sumia	4.9	91	Orchid Business Center B1 No. 7-10
6	Drs'clinique	4.9	1.300	Ruko Mitra Junction Blok B1 No. 12-12B
7	LVIORS	5.0	18	Ruko Mitra Junction Blok A No. 1-2
8	Ekles	5.0	322	Dermaga Sukajadi Blok RJ No. 20-22
9	ZAP	4.9	457	Orchid Business Center Blok C1 No. 1
10	Natasha	4.8	282	Mega Mall Batam First Floor No. 261-262

Sumber : Olahan Data Google

Berdasarkan data diatas, Erha Clinic mendapatkan penilaian dengan rating 4,2 (bintang 4) dari pasien yang pernah berkunjung ke Erha Clinic Batam paling rendah dibandingkan rating klinik *competitor*, ulasan yang disampaikan oleh pasien adalah terkait permasalahan keluhan tentang pelayanan diantaranya pelayanan yang buruk dalam melayani pasien, lambat dalam merespon kebutuhan pasien, kendala terhadap registrasi online dan penerimaan telpon, serta karyawan yang kurang *responsive* dalam melayani dan memahami kebutuhan pasien. Banyaknya keluhan yang disampaikan

pasien Erha Clinic terhadap pelayanan tersebut harus menjadi evaluasi manajemen untuk membenahi standar dan kualitas pelayanan Erha Clinic Batam.

Studi ini dilakukan tidak hanya bersumber pada paparan latar belakang yang di informasikan diatas, studi ini dilakukan sebagai perbandingan dari peneliti terdahulu. (Winata, 2022:933) membuktikan bahwa produk dan pelayanan mampu memengaruhi loyalitas secara positif dan signifikan secara langsung maupun di uji melalui kepuasan pelanggan. Winata menjelaskan bahwa variable intervening kepuasan mampu memediasi dengan baik antara produk, layanan, dan loyalitas.

Hasil penelitian (Muaddib, 2023:35) pada Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Pekanbaru menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan winata, kualitas produk secara langsung memiliki hubungan signifikan dengan loyalitas, sedangkan pelayanan, kepuasan, loyalitas tidak memiliki hubungan yang signifikan. Qomarsyah menjelaskan bahwa variabel mediasi kepuasan tidak berfungsi sebagai mediator yang baik antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

Widianti and Astuti (2023:12) Hasil penelitiannya yang menggunakan alat analisis SEM dengan objek penelitian Café Lare Darjo, menjelaskan bahwa harga, kualitas pelayanan, lokasi penjualan, dan kepuasan pelanggan secara konsisten memberikan pengaruh positif signifikan pada loyalitas pelanggan dari hasil uji pengaruh langsung maupun hasil uji tidak langsung melalui intervening kepuasan pelanggan.

Elyana (2023:896) hasil penelitiannya yang menggunakan variabel intervening menemukan kualitas produk dan layanan tidak berpengaruh signifikan

dalam memengaruhi loyalitas pelanggan, variabel mediasi memiliki hubungan signifikan dalam memengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian elyana menjelaskan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi tidak dapat memediasi dengan baik antara variable harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan.

Novitasari (2023:970) hasil penelitiannya menjelaskan bahwa semua variabel yang diuji dalam penelitiannya tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dalam memengaruhi loyalitas pasien, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian dewi juga menjelaskan bahwa kepuasan dan loyalitas pasien secara langsung tidak dipengaruhi oleh variable independen kualitas produk dan citra merek.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya GAP dan hasil pengujian yang tidak konsisten. Dengan latar belakang kebutuhan tersebut, sangat penting bagi peneliti menguji ulang variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk mengetahui apakah variabel tersebut memiliki hubungan signifikan dalam memengaruhi kepuasan pasien dan loyalitas pasien terhadap produk dan perawatan Erha Clinic Batam. Karena itu, peneliti memutuskan untuk mengukur variabel ini dengan mengambil judul pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas pasien Erha Clinic Batam dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Dengan perusahaan klinik kecantikan yang aktif menyediakan barang dan jasa perawatan kecantikan di kota Batam, Erha Clinic Batam perlu mengevaluasi apakah produk dan layanan yang diberikan kepada pasien sudah memenuhi ekspektasi pasien.

2. Kepuasan pasien punya peran penting menciptakan loyalitas pasien perusahaan klinik kecantikan. Pasien yang puas cenderung setia dan terus menggunakan produk dan layanan perusahaan, sebaliknya pasien yang tidak puas cenderung mencari alternatif perusahaan sejenis dalam memenuhi kebutuhannya akan produk kecantikan. Erha Clinic perlu mengukur apakah pasien Erha Clinic Batam sudah merasa puas terhadap produk dan layanan yang Erha Clinic Batam berikan kepada pasien, serta mengetahui apakah ada korelasi antara loyalitas pasien terhadap produk, layanan, dan kepuasan pasien.

### **1.3 Batasan Masalah**

1. Dalam penelitian ini, hanya kualitas produk dan pelayanan sebagai variabel independen, loyalitas pasien Erha Clinic Batam sebagai variabel dependen, dan kepuasan pasien Erha Clinic Batam sebagai variabel mediasi (intervensi).
2. Penelitian ini melibatkan pasien yang menggunakan produk dan layanan dari Klinik Erha Batam selama periode waktu yang ditetapkan.

### **1.4 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan?
2. Apakah kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan?
3. Apakah kualitas produk dengan kepuasan pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan?
4. Apakah kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien Erha Clinic Batam terdapat



hubungan yang signifikan?

5. Apakah kepuasan pasien Erha Clinic Batam dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan?
6. Apakah kualitas produk dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan melalui kepuasan pasien Erha Clinic Batam?
7. Apakah kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam melalui kepuasan pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menentukan kualitas produk dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan.
2. Untuk menentukan kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan.
3. Untuk menentukan kualitas produk dengan kepuasan pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan.
4. Untuk menentukan kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan.
5. Untuk menentukan kepuasan pasien Erha Clinic Batam dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan.
6. Untuk menentukan kualitas produk dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan melalui kepuasan pasien Erha Clinic Batam
7. Untuk menentukan kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien Erha Clinic Batam melalui kepuasan pasien Erha Clinic Batam terdapat hubungan yang signifikan

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi baru dan menciptakan dasar untuk penelitian di bidang ini, terutama untuk penelitian yang akan menggunakan variable penelitian yang sama dengan yang digunakan dalam penelitian ini.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi Erha Clinic Batam**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi berharga bagi Erha Clinic Batam dalam mengevaluasi pengaruh variabel untuk menciptakan kepuasan pasien Erha Clinic batatm dan loyalitas pasien Erha Clinic Batam.

#### **2. Bagi Universitas**

Faktor yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu berfokus pada pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien dalam industri kecantikan, memungkinkan penyelidikan yang lebih mendalam dan menyeluruh untuk tujuan penelitian masa depan.

#### **3. Bagi Peneliti**

pengetahuan berharga dan pengalaman tentang variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Secara khusus berkonsentrasi pada bagaimana kualitas produk dan pelayanan berdampak pada loyalitas pasien Erha Clinic Batam melalui kepuasan pasien sebagai variabel intervening.