

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era sekarang yang padat akan kegiatan, kesehatan menjadi elemen penting yang harus diperhatikan baik untuk kalangan muda maupun orangtua. Kesehatan adalah aset yang sangat mahal di hidup ini yang patut kita jaga. Menurut Elin Waty, Presiden Direktur PT Sun Life Financial Indonesia ([lifestyle.bisnis.com](http://lifestyle.bisnis.com)), di Indonesia terdiri dari 6 (enam) kelompok yang terdiri dari kelompok yang merasa telah dikarunai kesehatan (36%), pemula gaya sehat (10%), mereka yang rajin olahraga hingga meditasi (15%), kelompok hedonis yang lebih mengutamakan menikmati hidup (9%), mereka yang tidak fokus dalam berusaha namun mengakui kesehatan itu penting (10%), serta generasi O (21%).

Untuk menjaga kesehatan diperlukan pola hidup sehat, seperti memilih makanan yang sehat (4 sehat 5 sempurna), berolahraga, tidur teratur, makan teratur, dan lain-lain. Menjaga kesehatan tubuh tidak hanya dengan hal tersebut, namun dengan menggunakan jasa pijat *reflexology* dan spa dapat membantu mengurangi stress, kelelahan, penyakit kram, dan juga untuk menjaga agar tubuh tetap dalam keadaan sehat. Refleksi dan spa sangat banyak diminati oleh semua kalangan mulai dari kalangan muda, tua, pria, dan wanita. Saat ini sangat banyak industri yang mendirikan jasa di bidang perawatan kesehatan tubuh, kulit, dan wajah, salah satunya adalah industri refleksi dan spa. Selain untuk menjaga kesehatan wajah, tubuh, dan juga kulit, refleksi dan spa juga dapat dijadikan pilihan untuk berelaksasi dan melepaskan kepenatan aktivitas sehari-hari.

([repository.maranatha.edu](http://repository.maranatha.edu)). Selain itu, meningkatkan akan kesadaran masyarakat tentang betapa pentingnya merawat kesehatan tubuh dan kulit ([www.pelatihanspa.com](http://www.pelatihanspa.com)). Kekhawatiran yang dirasakan konsumen akan kesehatan kulit, wajah, dan tubuh saat ini membuat industri spa diproyeksikan akan tumbuh 93% pada tahun 2016 ([www.zenfamilyspa.com](http://www.zenfamilyspa.com)). Melihat adanya peluang bisnis yang cukup menjanjikan dalam bidang kesehatan ini membuat pijat *reflexology* dan spa mulai menjamur di kalangan masyarakat luas khususnya di Kota Bandung. Terbukti dari bertambahnya jumlah gerai spa dan reflexology di kota Bandung antara lain : Zen Family Spa & Reflexology, Bersih Sehat, Everyday Balinese Spa & Reflexology, Mariaty's Spa Cafe Gallery, Amaia Family Spa & Reflexology, Ola Family Spa, I-Family Reflexology, Swarga Salon & Body Therapy, Mon Reve Day Spa & Family Reflexology, Roger Clinic & Spa, SanGria Resort & Spa, Kakiku Reflexology Keluarga, Martha Tilaar Salon & Day Spa, The Lammar's Wellness Spa and Beauty, Le'mongrass Spa, Bamboo Family Massage and Reflexology, dan Akar Reflexology and Relaxation. Salah satu tempat spa dan reflexology yang cukup diminati oleh masyarakat khususnya di Bandung adalah Zen Family Spa & Reflexology.

Saat ini khususnya di wilayah Bandung terdapat 3 gerai Zen Family Spa & Reflexology yaitu di Sukajadi, Pasteur, dan Sunda ([www.zenfamilyspa.com](http://www.zenfamilyspa.com)). Akibatnya, konsumen semakin dimanjakan karena diberikan berbagai macam pilihan mulai dari segi kualitas, harga, maupun jenis-jenis produk. Melalui kepuasan konsumen, perusahaan mampu mendatangkan keuntungan.

*Menurut Tjiptono (2011:59) kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.*

Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2012:51) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

*Kotler (2000:36) mengungkapkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang / kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan yang didapat terhadap kinerja / hasil suatu produk dengan harapan konsumen. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.*

Kualitas dapat memberikan suatu dorongan kepada konsumen/pelanggan untuk menjalin sebuah ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan tersebut memungkinkan perusahaan untuk dapat memahami tentang harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Kualitas pelayanan menurut Evans dan Lindsay (1997:125) dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, maka kualitas pelayanan selalu dihubungkan dengan sesuatu yang baik (*excellent*). Jika kualitas pelayanan dipandang dari sudut "*product based*", maka kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu fungsi yang spesifik, dengan variabel pengukuran yang berbeda-beda dalam memberikan penilaian kualitas sesuai dengan karakteristik produk yang bersangkutan. Kualitas pelayanan jika dilihat dari sudut "*user based*", maka kualitas pelayanan adalah sesuatu yang diinginkan oleh pelanggan atau tingkat kesesuaian dengan keinginan pelanggan. Sedangkan,

jika dilihat dari “*value based*”, maka kualitas pelayanan merupakan keterkaitan antara kegunaan atau kepuasan dengan harga.

Penilaian terhadap kualitas pelayanan dapat dilakukan saat pemberian pelayanan (*service*), di mana terjadi kontak langsung antara pelanggan dengan petugas pemberi pelayanan (*service contact person*). Kualitas pelayanan akan sesuai dengan apa yang menjadi harapan dan keinginan pelanggan jika dilihat dari kesesuaian pelayanan yang diterima oleh pelanggan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang memuaskan dari perusahaan jasa akan memberikan dampak terhadap konsumen yang akan merasa puas. Kepuasan adalah faktor penting dalam perusahaan jasa. Adanya kepuasan dari konsumen, maka konsumen tersebut akan kembali datang ke perusahaan jasa tersebut yang membuat konsumen tersebut loyal.

*Fandy Tjiptono (1996:54) mengungkapkan bahwa perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.*

*Loyalitas menurut Griffin (2002:4), (dalam Hurriyati, 2010:128) menyatakan bahwa “loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit”. Berdasarkan definisi tersebut dapat dilihat bahwa loyalitas cenderung mengacu pada suatu perilaku,*

yang ditunjukkan pada pembelian rutin, didasari oleh unit pengambilan keputusan.

Loyalitas pelanggan menurut Griffin (1995:4) adalah perilaku yang ditujukan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

Sedangkan menurut Oliver (1997:392) *Customer loyalty is a deeply held commitment to rebuy or repatronize preferred product or service consistently in the future, despite the influence and marketing efforts having the potential to cause switching behaviour. Berdasarkan definisi tersebut, loyalitas mengacu pada komitmen yang mendalam untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk atau jasa tertentu secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh dan upaya pemasaran punya dampak potensial untuk merubah perilaku.*

Tjiptono (1991:61) menyimpulkan bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang/persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang persepsi konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis mengambil judul penelitian "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA ZEN FAMILY SPA & REFLEXOLOGY PASTEUR BANDUNG)**".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang berdampak pada loyalitas konsumen

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi pihak-pihak yang terkait dengan pengelolaan bisnis terutama bagian bisnis jasa agar dapat menjadi acuan atau dasar dalam melakukan usaha bisnis jasa terutama jasa pijat reflexology.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan dan informasi akan dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti yang akan atau ingin meneliti tentang materi yang sama lebih dalam lagi.

4. Bagi Pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk Zen Family Spa & Reflexology di Jalan Surya Sumantri No. 18 Pasteur, Bandung, yang diharapkan dapat memberikan sedikit informasi mengenai faktor kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan apabila pengusaha ingin mempertahankan ataupun meningkatkan kesetiaan konsumen.

