

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perusahaan pada prinsipnya akan selalu berusaha untuk menyediakan produk atau jasa yang terbaik bagi konsumen. Produk atau jasa yang baik ditujukan untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kemampuan perusahaan untuk dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas akan memberikan keunggulan kompetitif yang dapat digunakan untuk mendukung kesuksesan bisnis.

Salah satu jenis bisnis yang banyak ditekuni pengusaha dewasa ini adalah bisnis sektor jasa layanan perawatan tubuh dan kecantikan. Pada bisnis ini, perusahaan jasa layanan perawatan tubuh dan kecantikan telah banyak berkembang di Yogyakarta. Salah satu perusahaan yang telah lama berdiri dan memberikan layanan perawatan tubuh dan kecantikan adalah Natasha Skin Care. Dalam bisnisnya, Natasha Skin Care menyediakan berbagai macam layanan dimana fokus layanan Natasha Skin Care adalah perawatan kulit wajah, seperti *skin facial, chemical peeling, jet peel, microdermabrasi, mesotherapy modern, light therapy, micro needle, laser modern, anti-oxidant injection*, dan lainnya.

Natasha Skin Care membuka bisnis jasa layanan perawatan tubuh dan kecantikan dengan pertimbangan semakin banyaknya minat masyarakat untuk meningkatkan penampilan diri dengan menggunakan jasa layanan perawatan tubuh dan wajah. Orientasi masyarakat yang tinggi untuk memiliki penampilan

lebih sempurna membuat bisnis di industri jasa layanan perawatan tubuh dan wajah semakin berkembang dengan pesat. Ini merupakan peluang bisnis yang menjanjikan keuntungan besar bagi para pengusaha yang bersedia untuk terjun dalam bisnis layanan perawatan tubuh dan wajah.

Pada industri jasa layanan, kunci keberhasilan dalam bisnis adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk dapat dipercaya dalam memberikan jasa layanan yang baik. Kemampuan sebuah perusahaan untuk menciptakan kepercayaan bagi konsumen merupakan salah satu cara untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen (Nguyen *et al.*, 2021). Saat konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi maka konsumen akan terus menjalin hubungan bisnis dengan perusahaan di masa yang akan datang.

Kepercayaan konsumen tidak hanya dibangun melalui kemampuan perusahaan untuk menyediakan barang atau jasa layanan yang baik. Lebih dari itu, kepercayaan konsumen juga dapat dibangun melalui kemampuan perusahaan untuk memuaskan pelanggan yaitu dengan memberikan layanan yang baik, sesuai keinginan atau harapan konsumen (Nguyen *et al.*, 2021). Pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan konsumen nyata dibuktikan dalam penelitian Nguyen, *et al.* (2021). Penelitian yang dilakukan pada pasien di beberapa rumah sakit di Vietnam memberikan bukti nyata bahwa kepuasan pasien rumah sakit berpengaruh positif terhadap peningkatan kepercayaan pasien. Hal senada juga ditemukan dalam penelitian Amin *et al.* (2020) dimana kepuasan yang dirasakan para mahasiswa di Malaysia berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepercayaan mahasiswa.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Leninkumar (2017); Ashraf *et al.* (2017) pada industri jasa layanan perbankan di Pakistan juga memberikan bukti nyata pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan konsumen. Penelitian Danesh *et al.* (2012) dalam industri jasa layanan yaitu bisnis ritel juga memberikan dukungan empirik bahwa kepuasan konsumen yang dirasakan atas jasa layanan bisnis ritel membuat konsumen semakin percaya pada perusahaan penyedia jasa layanan tersebut. Pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan juga dibuktikan dalam jenis industri manufaktur. Penelitian Mansori *et al.*, (2014) yang dilakukan pada industri pakaian memberikan bukti nyata pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan yang konsumen rasakan atas jasa maupun produk yang disediakan atau dibuat oleh perusahaan akan mendorong peningkatan kepercayaan konsumen.

Penelitian ini adalah penelitian replikasi dengan melakukan modifikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nguyen *et al.* (2021). Pada penelitian ini, peneliti mengubah obyek penelitian dari pasien rumah sakit di Vietnam dengan perusahaan penyedia jasa layanan perawatan tubuh dan wajah Natasha Skin Care. Fokus penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen atas jasa layanan Natasha Skin Care terhadap kepercayaan konsumen pada jasa layanan Natasha Skin Care.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Kepuasan konsumen menjadi salah satu dasar untuk membangun kepercayaan konsumen dalam industri jasa. Untuk itu maka penting bagi sebuah perusahaan jasa untuk dapat memberikan layanan dengan tujuan agar konsumen puas dengan jasa yang disediakan dan pada akhirnya akan dapat menciptakan konsumen yang semakin percaya pada jasa layanan perusahaan. Berdasarkan hal tersebut dan latar belakang masalah di atas, penulis merumuskan masalah yang diteliti sebagai berikut: “Apakah kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap kepercayaan konsumen?”

## **1.3. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini, penulis memberikan batasan variabel dan sampel penelitian yang diteliti sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti terdiri dari:
  - a. Kepuasan konsumen
  - b. Kepercayaan konsumen
2. Responden penelitian ini adalah konsumen pengguna jasa layanan Natasha Skin Care Jl. Laksda Adisucipto No.39, Demangan, Gondokusuman, Kota Yogyakarta.

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dari dilakukannya penelitian ini adalah: “Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap kepercayaan konsumen”.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam beberapa bentuk sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan pihak manajemen Natasha Skin Care sebagai bahan pertimbangan untuk merancang dan menentukan strategi penyampaian jasa layanan untuk menciptakan konsumen yang puas dan membangun kepercayaan konsumen.

2. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat digunakan konsumen pengguna layanan Natasha Skin Care sebagai referensi dalam pemilihan perusahaan jasa layanan perawatan kulit dan wajah yang terbaik agar harapan-harapan konsumen dapat terpenuhi (puas) yang nantinya akan dapat konsumen percaya.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab I ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab II menjelaskan mengenai teori yang melandasi masing-masing variabel penelitian. Pada bab II juga akan dipaparkan mengenai penelitian terdahulu, hipotesis penelitian dan kerangka penelitian.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab III menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari jenis, tempat dan waktu penelitian, populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, definisi operasional variabel penelitian, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, metode pengujian instrumen serta metode analisis data.

## **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab IV menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasannya.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab V menjelaskan kesimpulan hasil penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.