

PENGARUH SUASANA KLINIK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK KECANTIKAN NAAVAGREEN DI KOTA MOJOKERTO

Merita Cahya Eka Safitri
Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya
Email: cahyaeka91@yahoo.co.id

Dr. Parjono, M.Si
Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suasana klinik dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen di Kota Mojokerto. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yang berusaha mengetahui pengaruh suasana klinik dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen di Kota Mojokerto. Populasi penelitian adalah pelanggan wanita klinik Naavagreen dalam waktu 1 minggu yang berjumlah 382 orang. Sampel penelitian berjumlah 79 responden yang ditetapkan secara nonprobability sampling dengan teknik sampel insidental. Hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa kondisi suasana klinik dan kualitas layanan pada Klinik Kecantikan Naavagreen tergolong baik. Variabel suasana klinik (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Variabel kualitas layanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Variabel suasana klinik (X_1) dan kualitas layanan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Sejauh yang sudah dibaca variabel dan obyek penelitian yang digunakan ini belum pernah ditemukan kesamaan dengan penelitian lain.

Istilah Kunci: Suasana klinik, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan

Abstract

This study aims to determine influence the clinic atmosphere and services quality on customer loyalty in a Klinik Kecantikan Naavagreen in Mojokerto. This research is a descriptive research with quantitative approach. Quantitative approach are trying to find out the influence of the clinic atmosphere and service quality on customer loyalty in a Klinik Kecantikan Naavagreen in Mjokerto. The population of this study was female customer Naavagreen clinic within one week totaling 382 people. These samples include 79 respondents assigned nonprobability incidental sampling techniques. The conclusion of the data obtained showed that the condition of clinic atmosphere and service quality at Klinik Kecantikan Naavagreen quite good. Clinic atmosphere (X_1) positive and significant impact on customer loyalty (Y), Service quality (X_2) positive and significant impact on customer loyalty (Y), and clinic atmosphere (X_1) and services quality (X_2) the simultaneously effect on customer loyalty (Y). As far as read variables and object research never used to find samalirity to another research.

Keyword : Clinic Atmosphere, Service Quality, Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Rumusan Masalah

Keinginan perempuan untuk mempercantik diri seringkali mendominasi isi kepala perempuan. Mereka yang terlalu mengejar sisi kecantikan lahiriah, menyebabkan perempuan menjadi sangat terobsesi pada penampilan yang cantik, sehingga banyak sekali upaya yang dilakukan untuk mempercantik diri. Saat ini kebudayaan modern cenderung melihat kecantikan fisik sebagai simbol untuk membangun citra diri di dalam ruang publik. Jika merujuk pada anggapan cantik yang mulai berkembang saat ini, dapat dikatakan bahwa ada ukuran kecantikan yang menjadi patokan bagi perempuan

untuk mendapatkan penghargaan melalui penilaian dari orang disekitarnya. Adanya wacana tentang bagaimana perempuan cantik ini menyebabkan banyak perempuan berkeinginan untuk membuat dirinya cantik menurut standar yang berlaku di masyarakat

Di jaman yang telah modern ini di manfaatkan oleh dokter spesialis kecantikan untuk mendirikan perusahaan klinik kecantikan, tetapi klinik kecantikan yang telah berdiri hanya dapat di nikmati oleh golongan kelas menengah atas, sehingga golongan menengah ke bawah yang juga ingin melakukan perawatan kecantikan harus berfikir berkali-kali bahkan tidak bisa untuk melakukan perawatan karena harga yang tidak dapat di jangkau. Beberapa dokter spesialis kecantikan yang mulai menangkap peluang tersebut berlomba-lomba

untuk membangun perusahaan klinik kecantikan dengan memberikan fasilitas-fasilitas dan layanan yang hampir sama dengan klinik kecantikan kelas atas tetapi berani memberikan harga yang dapat di jangkau oleh golongan menengah ke bawah.

Dengan berjalannya waktu klinik-klinik kecantikan yang membidik pasar kelas menengah kebawah semakin banyak, mereka melakukan berbagai cara dan stratgei yang mampu membuat konsumen tertarik untuk mencobanya. Dewasa ini berbagai macam strategi dilakukan perusahaan klinik kecantikan dalam bersaing, tidak hanya dari segi harga dan produknya saja tetapi dari segi kenyamanan dan layanan dari perusahaan lebih di tonjolkan untuk menarik perhatian dari calon pelanggan.

Menjamurnya persaingan klinik kecantikan ini terjadi hampir di setiap kota dan mampu membuat masyarakat terbius dengan hadirnya klinik kecantikan tersebut. Seperti di Kota Mojokerto, di kota tersebut terdapat beberapa klinik kecantikan yang terus bersaing dengan inovasi-inovasi yang terus berkembang, dan terus bersaing untuk mampu memberikan seperti apa yang konsumen harapkan saat ini.

Loyalitas merupakan salah satu ukuran keberhasilan dalam usaha layanan jasa. Pelanggan akan merasa loyal apabila apa yang diberikan perusahaan dapat melampaui apa yang diinginkan oleh pelanggan. Oliver (1997; dalam Kotler dan Keller 2009:138) menjelaskan bahwa loyalitas merupakan suatu komitmen yang dilakukan konsumen untuk membeli dan mendukung kembali suatu produk / jasa di masa yang akan datang meskipun terjadi pengaruh situasi dan upaya pemasaran yang akan berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Perusahaan yang ingin konsumennya loyal tentu harus memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi, faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu suasana klinik. Unsur-unsur suasana klinik antara lain adalah interior, yang terdiri dari; pencahayaan, display produk, musik, tata letak bangunan, dan eksterior yang terdiri dari; tempat parkir dan kemudahan akses untuk menuju ke perusahaan, Foster (2012:490).

Penciptaan suasana klinik yang ada pada Klinik Kecantikan Naavagreen yaitu bentuk gedungnya sendiri klinik Naavagreen terlihat seperti halnya klinik untuk golongan kelas menengah ke atas, cahaya pada setiap ruangan cukup terang dan suhu pada setiap ruangan sangat sejuk. Kebersihan gedung mulai dari depan hingga pada toilet terjaga. Untuk setiap ruang perawatan perusahaan memutar musik tradisional yang dimaksudkan agar membuat pelanggan merasakan rileks saat melakukan perawatan. Mulai dari ruang depan klinik hingga pada ruang perawatan semua bernuansa hijau alami sesuai dengan slogan Naavagreen sendiri yaitu natural, berkualitas dan harga murah.

Hasil penelitian suasana toko yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh Fatmawati (2012). Hasil penelitian Fatmawati menunjukkan bahwa variabel suasana toko memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Distro Stash Bandung. Selain itu penelitian suasana toko yang mempengaruhi loyalitas pelanggan

ditunjukkan oleh Novian (2009). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Rumah Makan Wibisono.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas yaitu kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan strategi penting dalam perusahaan guna mengukur seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan yang telah diterima. Parasuraman *et al* (1998; pada Lupiyoadi 2001:148). Unsur-unsur kualitas layanan antara lain kehandalan, daya tanggap, jaminan, kesopan santunan, empati, keterampilan dan kemudahan.

Kualitas layanan yang diberikan Klinik Naavagreen pada pelanggan yaitu pegawai memberikan sikap yang ramah dan sopan terhadap pelanggan, berbicara dengan bahasa yang baik, sopan dan mudah dipahami, melayani segala sesuatu yang sedang dibutuhkan pelanggan, mendengarkan segala keluhan dari pelanggan dengan sabar dan tersenyum, dan memberikan fasilitas-fasilitas yang memadai seperti tersedianya TV pada ruang tunggu, kulkas untuk air minum pelanggan, majalah-majalah untuk hiburan pelanggan saat sedang mengantri, dan alat-alat untuk proses perawatan yang sudah modern dan canggih.

Hasil penelitian kualitas layanan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh Santoso (2013). Hasil penelitian Santoso menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya. Gunawan (2011) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Swasta di Kota Singaraja Bali.

Selain itu hasil penelitian kualitas layanan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan juga di tunjukan oleh Arab *et al* (2012) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien yang berobat di Private Hospital Teheran, Iran.

Alasan kebanyakan orang mau untuk datang perawatan di Naavagreen karena klinik Naavagreen memiliki salah satu nilai lebih di mata pelanggan yaitu berani memberikan suasana klinik dan kualitas layanan seperti halnya klinik berkelas tetapi dengan harga perawatan dan produk yang terjangkau.

Berdasar hasil wawancara dari beberapa pelanggan klinik Naavagreen dapat diketahui bahwa pelanggan telah merasa nyaman dengan perawatan di klinik Naavagreen, tetapi juga ada sebagian pelanggan Naavagreen yang merasa kecewa terhadap apa yang telah diberikan oleh pegawai klinik, bahkan sudah tidak mau kembali lagi untuk perawatan di Naavagreen.

Naavagreen telah berkembang dengan pesat selama kurang lebih 4 tahun lamanya, pelanggan klinik Naavagreen semakin bertambahnya tahun semakin mengalami peningkatan yang pesat, sejak awal berdiri pada tahun 2012 hingga saat ini tahun 2016. Jumlah pengunjung yang melakukan perawatan di klinik Naavagreen mengalami penurunan mulai tahun 2015, dan tahun 2015 ke 2016 juga mengalami penurunan tetapi tidak sebanyak pada tahun 2015. Penurunan ini dapat di sebabkan karena alasan hanya menggunakan produknya

saja tanpa melakukan perawatan di Naavagreen, layanan yang diberikan pegawai kurang memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan, peralatan yang digunakan tidak terlalu lengkap.

Klinik Naavagreen berkantor pusat di Yogyakarta, kini Naavagreen telah berhasil melebarkan sayap dengan 17 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, (m.forum.detik.com). Dari 17 cabang Naavagreen yang tersebar di seluruh Indonesia, penulis memilih Klinik Naavagreen Mojokerto, karena Naavagreen cabang Mojokerto meskipun memiliki suasana klinik, produk dan jenis perawatan yang diberikan sama dengan cabang Naavagreen yang lain tetapi cabang Naavagreen Mojokerto memiliki rata-rata pelanggan tertinggi setiap bulannya di bandingkan dengan cabang lainnya, yaitu mencapai 3 ribu pelanggan, dan yang ke dua yaitu Naavagreen cabang Malang yang pelanggan per bulannya mencapai 2.500 pelanggan lebih yang hampir sama dengan Naavagreen Mojokerto. (Sumber; Wawancara dengan Supervisor Naavagreen Mojokerto). Selain itu di Kota Mojokerto klinik-klinik kecantikan mayoritas adalah klinik yang membidik pada golongan menengah kebawah, berbeda dengan klinik-klinik yang berada di kota besar seperti Surabaya, Malang, dan Madiun yang mayoritas klinik kecantikannya membidik golongan menengah ke atas seperti Natasha, Erha, dan Klinik Cantik, sehingga penulis memutuskan untuk memilih Klinik Kecantikan Naavagreen di kota Mojokerto.

Dari uraian diatas, maka perlu dilakukan untuk menganalisis apakah harga, kualitas produk, dan lokasi, mampu mempengaruhi seseorang untuk membeli di Depot Pak Qomar Surabaya, maka judul penelitian yang saya buat adalah **“Pengaruh Suasana Klinik dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Kota Mojokerto.”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana kondisi variabel suasana klinik, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Kota Mojokerto?
2. Bagaimanakah pengaruh suasana klinik dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Kota Mojokerto?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mendeskripsikan kondisi suasana klinik, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Kota Mojokerto.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh suasana klinik dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial maupun secara simultan

pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Kota Mojokerto.

KAJIAN PUSTAKA

Suasana Toko

Purwaningsih (2011; pada Julianti *et al* 2014:2) mendefinisikan *store atmosphere* adalah “penciptaan suasana yang nyaman, sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada di dalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian“.

Levy dan Weitz (2012:490) menyebutkan empat indikator *atmosphere* yang intinya; (1) pencahayaan, (2) warna, (3) musik, (4) aroma. Utami (2010:279) menyebutkan lima indikator *atmosphere* yang intinya; (1) komunikasi visual, (2) pencahayaan, (3) warna, (4) musik dan (5) aroma. Foster (2012:490) menyebutkan tiga indikator *atmosphere*, yang intinya; (1) *Eksterior*, (2) *Interior*, dan (3) *layout*. Ma’ruf (2006:234) membagi indikator *store atmosphere* ke dalam empat indikator yang intinya; (1) desain toko, (2) perencanaan toko, (3) komunikasi visual, dan (4) display produk.

Kualitas Layanan

Parasuraman *et al* (1998; pada Lupiyoadi 2001:148) mendefinisikan “ kualitas layanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima”. Lewis dan Booms (1983; pada Tjiptono 2011:180) mendefinisikan “kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Zethaml *et al* (1988; dalam Tjiptono 2007:133) menyebutkan lima dimensi kualitas layanan yaitu kehandalan, jaminan, daya tanggap, empati, dan bukti langsung. Kotler dan Keller (2008:52) menyebutkan lima indikator kualitas layanan yang intinya yaitu: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud. Nasution (2005 : 17) menyebutkan sepuluh dimensi utama yang menentukan kualitas layanan, yang intinya yaitu: keandalan, daya tanggap, keterampilan, kemudahan, kesopan santunan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, memahami kebutuhan pelanggan, bukti langsung.

Loyalitas Pelanggan

Griffin (2002:4) mendefinisikan “loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian ulang”. Oliver (1997; pada Kotler dan Keller 2009:138) mendefinisikan loyalitas adalah “loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan pelanggan beralih”.

Griffin (2005:31) mengelompokkan empat indikator dari loyalitas pelanggan yang intinya yaitu : (1) melakukan pembelian berulang secara teratur, (2) membeli antar lini produk dan jasa, (3) menunjukkan kekebalan terhadap ketertarikan dari pesaing, (4) mereferensikan kepada orang lain. Zeithmal (2009:204) mengklasifikasikan tiga indikator dari loyalitas pelanggan

yaitu *Positive thinking, Recommended friend, Continue purchasing.*

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti pengaruh antara variabel bebas suasana klinik (X₁), kualitas layanan (X₂), dan variabel terikatnya loyalitas pelanggan (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan wanita Klinik Kecantikan Naavagreen. Jumlah populasi dalam penelitian adalah 382 konsumen.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus dari Taro Yamane, (dalam Riduwan, 2012:65) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{382}{382 \cdot 0.1^2 + 1} = 79 \text{ responden}$$

Jadi, total sampel yang diambil sebanyak 79 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Tabel 9
Ringkasan Hasil Analisis data

No	Jenis uji	Persamaan	Hasil uji	Syarat	Keterangan		
1.	Uji Linieritas	Y = a + bX	0,000	< 0,05	Terdapat hubungan linier		
2.	Uji Multikolinearitas	LP = α + β ₁ SK + β ₂ KL + e _i	Nilai Tol dan VIF		< 10	Tidak terjadi multikolinearitas	
			SK	684			1,463
			KL	684			1,463
3.	Uji Normalitas	LP = α + β ₁ SK + β ₂ KL + e _i	98%	p value > 5%	Nilai residual berdistribusi normal		
4.	Uji Heterokedastisitas	Res ₂ = α + β ₁ SK - β ₂ KL	SK	P value 10,5%	p value > 5%	Tidak terjadi heterokedastisitas	
			KL	P value 48,4%			
5.	Uji F	LP = α + β ₁ SK + β ₂ KL + e _i	0,000	0,0 < 5%	Model fit		
6.	Uji t	LP = α + β ₁ SK + β ₂ KL + e _i	Uji t		p value < 5%	SK berpengaruh terhadap LP	
			SK	0,000			0,092

Sumber : Data Diolah Penulis

a. Hasil Uji Linieritas

Hasil pengujian linieritas dari persamaan regresi pada penelitian ini dengan melihat signifikansi dengan syarat harus <0,05. Hasil uji ANOVA terdapat hasil bahwa nilai signifikansi menunjukkan angka 0,000 dan nilai tersebut < 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang linier antara variabel bebas (suasana klinik dan kualitas layanan) dengan variabel terikat (loyalitas pelanggan) atau persamaan regresi pada penelitian ini benar-benar linier sehingga untuk menguji pengaruh secara parsial maupun simultan dapat menggunakan teknik analisis regresi linier (pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda karena variabel bebas yang akan di uji lebih dari 1).

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas dari persamaan regresi pada penelitian ini dengan melihat angka *tolerance* atau dengan melihat nilai VIF. Suatu model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas dengan syarat jika mempunyai nilai VIF < 10 atau mempunyai angka *Tolerance* > 0,1. Hasil pengujian multikolinearitas, nilai *Tolerance* dari variabel suasana klinik dan kualitas layanan sebesar 0,684 atau lebih dari 0,1 artinya tidak terjadi multikolinearitas pada persamaan regresi ini. Hal ini yang sama terjadi jika pengamatan berdasar VIF yaitu sebesar 1,463 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, artinya tidak terjadi multikolinearitas pada persamaan regresi ini.

c. Hasil Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas pada penelitian ini dengan melihat histogram, yaitu apabila nilai standart deviasi > dari 0,05 maka sebaran data berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas diketahui bahwa sebaran data pada histogram membentuk garis menyerupai lonceng dan memiliki standart deviasi sebesar 0,987 yang artinya lebih besar dari 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data berdistribusi normal.

d. Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil pengujian heterokedastisitas dengan melihat gambar Scatterplot, pola penyebaran residual yang terjadi tidak teratur dan tidak membentuk suatu pola, dan dapat dilihat dari hasil uji glejser yang menunjukkan bahwa lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi. Hasil pengujian heterokedastisitas dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik yang acak baik dibawah angka 0 dari sumbu Y maupun di atas angka 0. dan hasil dari uji glejser yaitu di atas angka 0,05 yaitu 10,5% dan 48,4%. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

e. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ANOVA atau F test, di dapat F hitung adalah 12,232 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05 sehingga model regresi bisa di pakai untuk memprediksi loyalitas pelanggan atau dapat dikatakan bahwa suasana klinik dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. pernyataan ini sekaligus menerima hipotesis ketiga pada penelitian ini

yaitu “ suasana klinik dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

f. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Besar hubungan antara variabel loyalitas pelanggan dengan suasana klinik yang di hitung dengan koefisien korelasi adalah 0,092, sedangkan variabel loyalitas pelanggan dengan kualitas layanan adalah 0,135. Secara teoritis karena korelasi antar loyalitas pelanggan dan kualitas layanan lebih besar, maka variabel kualitas layanan lebih berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dibanding variabel suasana klinik.

Tingkat signifikansi koefisien korelasi satu sisi dari output (diukur dari probabilitas) menghasilkan angka 0,000 untuk korelasi antara loyalitas pelanggan dengan suasana klinik dan kualitas layanan. Berdasar hal tersebut, korelasi antar loyalitas pelanggan dengan suasana klinik dan kualitas layanan sangat nyata karena memiliki nilai signifikansi 0,000.

- 1) Tabel Variabel *Entered / Removed* menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang dikeluarkan atau dengan kata lain kedua variabel bebas dimasukan dalam perhitungan regresi.
- 2) Angka R^2 adalah 0,244. Hal ini berarti 24,4% dari variasi loyalitas pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen dapat dijelaskan oleh variabel suasana klinik dan kualitas layanan sedangkan sisanya ($100\% - 24,4\% = 75,6\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.
- 3) Persamaan regresi
$$Y = 33,528 + 0,092X_1 + 0,135X_2 + e_i$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan
X₁ = Suasana Klinik
X₂ = Kualitas Layanan
e_i = error

 - a) Konstanta sebesar 33,528 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel suasana klinik dan kualitas layanan maka nilai loyalitas pelanggan sebesar 33,528.
 - b) Koefisien regresi X₁ sebesar 0,092 menyatakan bahwa setiap peningkatan (karena bertanda +) suasana klinik akan meningkatkan loyalitas pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen. Koefisien regresi X₂ sebesar 0,135 menyatakan bahwa setiap peningkatan (karena bertanda +) kualitas layanan akan meningkatkan loyalitas pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen.
 - c) Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen (loyalitas pelanggan). terlihat pada angka sig dari variabel suasana klinik yang berada jauh di bawah 0,05 (0,000), dan angka sig kualitas layanan berada jauh di bawah 0,05 (0,000). Berdasar hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa koefisien regresi dari variabel suasana klinik dan kualitas layanan adalah signifikan atau suasana klinik dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pembahasan

1. Kondisi suasana klinik dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen

Berdasar hasil analisis diketahui bahwa kondisi suasana klinik pada Klinik Kecantikan Naavagreen yaitu $5519 / 6320 \times 100\% = 87\%$. Dari hasil yang diperoleh prosentase, kondisi suasana klinik pada Klinik Kecantikan Naavagreen 87% responden menyatakan sangat baik. Kondisi kualitas layanan pada Klinik Kecantikan Naavagreen yaitu $6300/7110 \times 100\% = 88\%$. Berdasar perhitungan yang diperoleh prosentase kualitas layanan pada Klinik Kecantikan Naavagreen 88% responden menyatakan sangat baik. Berdasar prosentase di atas, maka kondisi suasana klinik dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen dikategorikan tinggi yang artinya suasana klinik dan kualitas layanan dinyatakan sangat baik dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Kondisi suasana klinik pada klinik Kecantikan Naavagreen yaitu, kondisi suasana luar klinik yaitu mulai tempat parkir yang luas, tempat parkir yang terjamin keamanannya karena dijaga oleh 2 orang tukang parkir, kendaraan pengunjung ditata rapi di tempat parkir depan halaman klinik oleh tukang parkir klinik, dan akses untuk menuju klinik mudah untuk di tuju, karena klinik berada pada pusat kota Mojokerto yang dekat dengan alun-alun sehingga pelanggan mudah untuk menemukannya. Kondisi suasana dalam klinik yaitu ruang tunggu yang nyaman, pencahayaan setiap ruangan yang terang, udara disetiap ruangan sangat sejuk, sofa tempat duduk yang tertata rapi dan bersih, bed perawatan dalam setiap ruang perawatan tertata rapi dan peralatan yang bersih dan steril, kondisi lantai dan dinding yang bersih, kondisi toilet yang bersih dan tidak bau, dan musik tradisional untuk relaksasi pelanggan pada ruang perawatan.

Kualitas layanan dalam klinik Kecantikan Naavagreen yaitu, perawat yang melkukan proses layanan dengan teliti tanpa melakukan kesalahan, dokter yang bekerja secara profesional, dokter yang baik, sopan dan berbicara dengan bahasa yang mudah dipahami saat menyampaikan informasi tentang kondisi kulit wajah pelanggan, klinik memberikan layanan yang baik melalui peralatan untuk perawatan yang akan digunakan dalam keadaan bersih dan steril, perawat yang cekatan dalam memberikan layanan, dalam klinik Naavagreen keamanan baik status dokter maupun keamanan produk telah terjamin karena dokter yang praktik pada klinik Naavagreen telah memiliki surat tanda registrasi praktek dan produk yang digunakan telah terdaftar pada BPOM dan MUI dan dibawah kemasan produk telah tertera tanggal kadaluarsa. Baik dokter maupun perawat klinik Naavagreen memberikan perhatian secara personal pada setiap pelanggan, dokter yang mampu mengingat keluhan

pelanggan pada waktu konsultasi sebelumnya dan selalu menyampaikan perkembangan wajah pelanggan setiap kali konsultasi. Dalam klinik Naavagreen semua pegawai klinik menggunakan pakaian seragam yang sopan saat bekerja, melakukan komunikasi dengan bahasa yang baik dan sopan, kasir dan perawat yang selalu mengucapkan terimakasih setiap kali selesai melakukan proses perawatan dan selesai transaksi. Klinik Naavagreen memberikan kemudahan kepada pelanggan yang telah menjadi member, dengan hanya *delivery* pelanggan dapat membeli produk tanpa harus mengantre lama, dan pelanggan dapat melakukan konsultasi dengan dokter melalui e-mail klinik masing-masing cabang, sehingga jika pelanggan berada diluar kota mereka tidak harus datang untuk melakukan konsultasi.

Semua kondisi suasana klinik dan layanan yang diberikan klinik dimaksudkan agar apa yang diinginkan oleh pelanggan dapat dipenuhi oleh klinik atau dalam kata lain agar pelanggan dapat loyal terhadap klinik dan tidak akan beralih ke pesaing lain.

2. Pengaruh suasana klinik terhadap loyalitas pelanggan secara parsial pada Klinik Kecantikan Naavagreen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel suasana klinik (X_1) sebesar 4.702 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ atau 5%. Dengan demikian maka dapat disimpulkan variabel suasana klinik secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen, Mojokerto. Hasil temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Novian (2009) yang menunjukkan bahwa *atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Wibisono. Sekaligus sesuai dengan teori Lamb *et al* (2001:105) bahwa suasana toko dapat memberikan pengaruh yang besar pada pelanggan.

Berdasar hasil uji, dapat diketahui bahwa dari variabel suasana klinik indikator pencahayaan yang memiliki skor tertinggi, pencahayaan yang diberikan klinik Naavagreen di nilai baik oleh pelanggan sebab, di setiap ruangan cahaya cukup terang, dalam ruang tunggu cahaya dari luar klinik dapat masuk dengan bebas ke dalam ruangan, dan dengan adanya tambahan cahaya lampu pada setiap ruangan yang ada di dalam membuat cahaya cukup terang. Selain itu akses memiliki skor rerata kedua yang di nilai pelanggan baik, akses untuk menuju klinik Naavagreen sangat mudah untuk dijangkau karena memang lokasi klinik Naavagreen berada di pusat kota dan berdekatan dengan alun-alun kota Mojokerto. Penampilan klinik Naavagreen di nilai baik oleh pelanggan dengan skor rerata ke empat. Penampilan klinik pada setiap ruangan dan halaman depan sangat terjaga kebersihan dan kerapiannya, karena setiap ada pelanggan yang meninggalkan kotoran pada lantai atau sofa petugas kebersihan klinik akan langsung membersihkannya. Suasana di Klinik Naavagreen ini sesuai dengan penerapan indikator dari suasana toko menurut Ma'ruf (2006:234) dan Levy dan Weitz (2012:490) meliputi pencahayaan, tata letak, display produk, musik, dan penampilan klinik.

3. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial pada Klinik Kecantikan Naavagreen

Variabel kualitas layanan (X_2) menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel kualitas layanan (X_2) sebesar 3.914 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ atau 5%. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan klinik Kecantikan Naavagreen. Hasil temuan ini sesuai dengan hasil penelitian dari Gunawan (2011) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Swasta Kota Singaraja, Bali

Berdasar hasil uji, dapat diketahui bahwa dari variabel kualitas layanan indikator kehandalan yang memiliki skor tertinggi. Kehandalan yang diberikan klinik Naavagreen di nilai pelanggan baik sebab setiap pegawai klinik sangat profesional dalam bekerja. kehandalan klinik Naavagreen dalam memberikan layanan kepada setiap pelanggan ditunjukkan dengan perawat yang melakukan proses layanan dengan teliti tanpa melakukan kesalahan, dokter yang melakukan praktik secara profesional, dokter yang memberikan informasi yang akurat tentang kondisi wajah kulit pelanggan saat proses konsultasi dan peralatan yang digunakan klinik untuk perawatan dalam keadaan steril.

Perusahaan terus berusaha memberikan layanan yang baik untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh pelanggan, sehingga nantinya layanan yang diberikan klinik dapat melampaui keinginan pelanggan dan pelanggan akan loyal terhadap klinik dan tidak akan beralih ke klinik kecantikan lain.

Fenomena kualitas layanan sesuai dengan penggambaran Elhaitammy (1990) dalam Tjiptono (2007:119) manfaat dari kualitas layanan yaitu dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang akan berdampak pada kelangsungan usaha dan meningkatkan penjualan produk dan jasa perusahaan.

4. Pengaruh suasana klinik dan kualitas layanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen.

Berdasar hasil analisis regresi linier berganda maka diketahui nilai koefisien regresi masing-masing variabel bebas memiliki tanda positif, hasil uji hipotesis dari uji F menunjukkan F hitung sebesar 12.232 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang searah antara variabel suasana klinik (X_1) dan kualitas layanan (X_2) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Klinik Kecantikan Naavagreen Mojokerto. Nilai koefisien berganda disesuaikan (*Adjusted R²*) menunjukkan hubungan yang kuat dari perubahan loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel suasana klinik (X_1) dan kualitas layanan (X_2) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini.

Dari hasil uji F diketahui bahwa variabel bebas suasana klinik (X_1) dan kualitas layanan (X_2) memiliki

pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen Mojokerto.

Berdasar uraian di atas dapat disimpulkan bahwa suasana klinik dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen Mojokerto.

PENUTUP

Simpulan

1. Kondisi suasana klinik pada Klinik Kecantikan Naavagreen Mojokerto tergolong bagus, sedangkan kualitas layanan pada Klinik Kecantikan Naavagreen Mojokerto tergolong baik atau telah memenuhi keinginan pelanggan.
2. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa suasana klinik (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) Klinik Kecantikan Naavagreen.
3. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas layanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) Klinik Kecantikan Naavagreen Mojokerto. Dan variabel kualitas layanan yang lebih dominan.
4. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara suasana klinik (X_1) dan kualitas layanan (X_2) secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Klinik Kecantikan Naavagreen Mojokerto.

Saran

1. Klinik Kecantikan Naavagreen perlu memperhatikan indikator display produk karena memiliki skor rerata paling rendah dengan indikator lainnya di dimensi suasana klinik. Misalnya dengan menata produk dengan rapi dan memperhatikan penataan contoh produk sesuai dengan ukuran besar kecilnya produk agar terlihat menarik. Untuk produk di dalam etalase sebaiknya dikelompokkan sesuai dengan jenisnya., mengingat aspek display produk dalam suasana klinik merupakan salah satu kriteria konsumen dalam berkunjung dan melakukan pembelian.
2. Klinik Kecantikan Naavagreen perlu memperhatikan indikator daya tanggap yang memiliki skor rerata paling rendah dibandingkan dengan indikator lain di dimensi kualitas layanan. Misalnya dengan customer servis yang segera bertanya apa yang bisa di bantu pada pelanggan tanpa pelanggan harus menunggu lebih lama, dan perawat yang segera menjawab pertanyaan pelanggan tanpa harus menunda dan bertanya dahulu pada teman perawat yang lain, perawat juga harus menguasai seluruh produk

perawatan karena jika ada pelanggan yang bertanya perawat dapat menjawab dengan segera dan tidak menunda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arab, M, Rashidin, Forushani dan Zaeri. 2012. The Effect of Service Quality On Patient Loyalty: a study of private hospitals in Teheran, Iran. *journal of ranian J Publ Health*. Vol. 41 pp 71-77.
- Arif. 2007. *Pemasaran jasa dan kualitas layanan*. Malang. Banyumedia Publishing.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Berry, Berman and Joel R. Evans. 2009. *Retail Management*, New Jersey. Prentice Hall.
- Bilson, Simamora. 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Fatmawati, Savira. 2012. *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada Distro Stash Bandung)*. Skripsi diterbitkan oleh Universitas Islam Bandung.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung. Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Unit Diplo.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa, Dwi Kartini Yahya. Jakarta. Erlangga
- Gunawan, Ketut. 2011. Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja Bali. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 13(1) pp 32-39.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- _____ dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran* jilid 1 dan 2. Jakarta. Erlangga.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran* jilid 1 dan 2. Jakarta. Erlangga.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Lamb, Charles W, Joeseph F. Hair dan Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran Edisi Kelima Jilid Satu*. Jakarta: Salemba Empat
- Levy, Michael dan Barton, Weitz. 2012. *Retailing Management* edisi delapan. PDF (Di unduh pada tanggal 26 Oktober 2015)

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta. Salemba Empat.
- dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran ritel*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- m.forum.detik.com (diakses pada tanggal 28 Oktober 2015)
- Novian, Tusiandi. 2009. *Pengaruh Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Wibisono Bandung*. Skripsi diterbitkan oleh Universitas Kristen Maranatha Bandung.
- Ratih, Hurriyati. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta
- Riduwan. 2012. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung. CV Alfabeta.
- Santoso, Septiadi. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya. *Jurnal ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 2 (6) : hal. 18-19.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. CV Alfabeta.
- . 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV Alfabeta.
- Sutisna dan Pawitra. 2009. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Swasta Basu, dan T. Hani, Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen edisi pertama*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi, Chandra Gregorius, 2007. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta. CV Andi.
- . 2001. *Service Quality Satisfaction edisi 3*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Utami, Cristina Widya. 2010. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta. Salemba Empat.
- . 2008. *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*. Jakarta. Salemba Empat.
- www.Naavagreen.com (diakses pada tanggal 28 Oktober 2015)