

KEPUASAN PELANGGAN PADA PELAYANAN JASA PERAWATAN DAERAH KEWANITAAN PASCA MENIKAH DENGAN MENGGUNAKAN V GURAH OZON DI NANISA *BEAUTY AND DENTAL CLINIC*

Merisa Ledy Kusuma

Mahasiswa S- 1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
Prinzes.Lady@yahoo.com

Dra. Maspiyah, M. Kes

Dosen Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
masfiah@yahoo.co.id

Abstrak: Kepuasan pelanggan terhadap perawatan V. Gurah Ozon adalah hasil yang didapat dari pelanggan dalam menggunakan jasa perawatan, pelanggan merasa senang atau kecewa muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa dan harapan-harapannya. Perawatan V. Gurah Ozon merupakan suatu perawatan untuk daerah vagina bagi wanita pasca menikah untuk membersihkan daerah vagina. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada perawatan V. Gurah Ozon. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 orang yang melakukan perawatan V. Gurah Ozon. Metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu 1) metode angket digunakan untuk mengetahui respon pelanggan yang melakukan perawatan, 2) wawancara digunakan untuk mendapatkan data tentang prosedur perawatan v Gurah Ozob, dan 3) observasi dilakukan untuk mengetahui prosedur pelaksanaan perawatan V. Gurah Ozon. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui persentase hasil respon pelanggan. Hasil penelitian dari responden terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk/jasa 87% (baik sekali), 12% (baik) dan 3% (cukup baik), kualitas pelayanan 91% (baik sekali) dan 9% (cukup baik), emosional produk 88% (baik sekali), 10% (baik) dan 5% (cukup baik), harga 88% (baik sekali) dan 12% (baik), Kemudahan 88% (baik sekali), 11% (baik) dan 7% (cukup baik).

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, V Gurah Ozon

Abstract: Customer satisfaction with care Gurah V. Ozone is the result obtained from the customer in using care services, customers feel happy or disappointed emerged after comparing the perception of the performance or the result of a product / service and expectations. Gurah V. Ozone treatment is a treatment for vaginal area for women after getting married to cleanse the vaginal area. This study aims to determine customer satisfaction on maintenance Gurah V. Ozone. This type of research is quantitative descriptive, this study used a sample of 30 people who care Gurah V. Ozone. Data collection methods are used, namely 1) the questionnaire method used to investigate the response of customers who do care, 2) interviews are used to obtain data about the maintenance procedures v Gurah Ozob, and 3) observations conducted to determine implementation procedures Gurah V. Ozone treatment. The data analysis technique used in this study, namely quantitative descriptive analysis to determine the percentage of customer response. The results of the respondents to customer satisfaction, quality of products / services 87% (excellent), 12% (good) and 3% (pretty good), quality of service 91% (excellent) and 9% (pretty good), emotional products 88% (excellent), 10% (good) and 5% (pretty good), the price of 88% (excellent) and 12% (good), Ease 88% (excellent), 11% (good) and 7% (pretty good).

Keywords: Customer Satisfaction, Gurah V Ozone

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan modernisasi ini telah terjadi perubahan dan kemajuan di segala aspek dalam menghadapi perkembangan lingkungan, kesehatan dan kebersihan, dimana masyarakat dituntut untuk selalu menjaga kebersihan fisik dan organ atau alat tubuh. Salah satu organ tubuh wanita yang penting serta sensitif dan memerlukan perawatan khusus adalah organ intim. Pengetahuan dan perawatan yang baik merupakan faktor penentu dalam memelihara kesehatan organ intim.

Pemeliharaan kesehatan organ intim khususnya untuk wanita terdapat banyak berbagai macam perawatan, seperti V Spa, Ratus dan V Gurah Ozon. Berdasarkan observasi sebelumnya dari ketiga perawatan kewanitaan tersebut V Gurah Ozon yang semakin banyak diminati oleh konsumen terutama wanita yang ingin menjaga kebersihan dan kesehatan organ intim. Keunggulan dari perawatan V Gurah Ozon sendiri dibandingkan perawatan lainnya terletak pada prosedur perawatannya mulai dari pemijatan, sampai penyemprotan menggunakan ozon dengan takaran tertentu yang berfungsi sebagai disinfektan yang bias membunuh kuman bakteri yang dapat menimbulkan keputihan. Perawatan V Gurah Ozon selain difungsikan sebagai pembersihan daerah kewanitaan juga berfungsi untuk menjaga sehatan dan kesegaran bagi tubuh karena oksigen bermanfaat bagi kelangsungan hidup sel dan berenergi tinggi yang dapat membakar sampah, toksin, polusi dan mikroorganisme dalam tubuh. Sedangkan pada perawatan seperti V spa hanya fokus pada pemijatan dan untuk perawatan ratus hanya berfokus pada member keharuman pada daerah kewanitaan dan kesat saja tanpa melakukan pembersihan sampai kedalam organ daerah kewanitaan.

Berdasarkan fakta dilapangan perawatan V.Gurah Ozon ini salah satunya terdapat di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* yang merupakan klinik kecantikan yang berlokasi di Jl.Taman Pinang Indah BB I / 12 Sidoarjo. Nanisa *Beauty & Dental Clinic* penanganannya secara profesional oleh dokter kecantikan dan dokter gigi spesialis ditunjang dengan peralatan yang canggih serta suasana yang nyaman dan asri. Harga perawatan V Gurah Ozon di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* memiliki harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan, dibandingkan dengan harga perawatan di klinik kecantikan area Sidoarjo dan Surabaya. Hal ini dikarenakan tidak semua klinik kecantikan menyediakan perawatan V Gurah Ozon karena tidak semua klinik kecantikan juga memiliki alat ozonisasi yang lengkap. Perawatan V Gurah Ozon sendiri di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* mulai diminati dan semakin banyak peminatnya pada tahun 2009 – 2010 dan pada kurun waktu tersebut sampai sekarang Nanisa *Beauty & Dental Clinic* memiliki pelanggan tetap karena perawatan ini menunjukkan hasil yang signifikan dan harga terjangkau oleh berbagai kalangan masyarakat mulai dari menengah keatas hingga menengah kebawah.

Bidang usaha kecantikan seperti di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* tentunya memperhatikan kepuasan pelanggan atau ketidak puasn pelanggan dalam menjual produk berupa jasa kecantikan. Hal ini dipicu karena semakin banyaknya klinik kecantikan yang ada sehingga banyak pesaing, sedangkan di Klinik Nanisa *Beauty & Dental Clinic* pelanggan yang datang tidak hanya dari

area Sidoarjo saja melainkan dari Surabaya, Mojokerto dan masih banyak kota lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa klinik Kecantikan Nanisa *Beauty & Clinic* sudah memiliki banyak pelanggan tetap karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh klinik Nanisa *Beauty & Clinic*. Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tidak terlepas dari beberapa aspek yaitu, kualitas produk/jasa, kualitas pelayanan, emosional faktor, harga dan kemudahan (Irawan, 2003). Beberapa faktor diatas itulah yang dijadikan Nanisa *Beauty & Clinic* untuk meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan perawatan dan agar klinik Nanisa *Beauty & Clinic* semakin dikenal sebagai klinik yang memiliki kualitas pelayan yang patut untuk dipertimbangkan serta meningkatkann jumlah pelanggan yang datang untuk melakukan perawatan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis dapat mengangkat judul penelitian tentang “Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Jasa Perawatan Daerah Kewanitaan Pasca Menikah Dengan Menggunakan V. Gurah Ozon Di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*”.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana kepuasan pelanggan mengenai kualitas barang/jasa, kualitas pelayanan, emosional produk, harga dan kemudahan pada perawatan V.Gurah Ozon di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* ?

Kepuasan pelanggan menurut Irawan (2008: 3) adalah hasil akumulasi dari pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut yang kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Kepuasan akan terjadi kalau perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan.

V. Gurah Ozon ini secara teknis berbeda dengan spa daerah kewanitaan atau ratus. Ratus berupa pengasapan dengan aroma terapi, sementara V. Gurah Ozon adalah menyemprotkan ozon dalam takaran tertentu (tergantung kasus) menggunakan alat yang disebut vaginal insuflation dengan cara memasukan kateter ke dalam saluran reproduksi (selang yang langsung dibuang setelah dipakai). “Jadi prinsipnya ozon ini berfungsi sebagai disinfektan yang bisa membunuh kuman bakteri dan tujuannya untuk mencegah masuknya kuman yang memungkinkan timbulnya penyakit dengan periode waktu tertentu pula”.

Perawatan V.Gurah Ozon memiliki berbagai manfaat selain untuk kesehatan perawatan ini juga memiliki manfaat yang besar untuk daerah kewanitaan. Masalah yang sering muncul pada Miss V adalah keputihan, lendir berlebih, jamur dan aroma tidak sedap. Masalah itu tentu membuat tidak nyaman. Di samping menghilangkan lender serta keputihan, perawatan-perawatan tersebut juga memberi keharuman pada miss

V. bau kurang sedap yang sering muncul pada Miss V akan lenyap dengan melakukan ratus maupun Spa-V. tentu saja keharuman Miss V ini akan memberikan rasa percaya diri di depan pasangan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan, yaitu deskriptif secara kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, angket, wawancara, dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui persentase kelayakan pelayanan jasa V. Gurah Ozon sebagai perawatan daerah kewanitaan di Nanisa Beauty & Dental Clinic dengan menggunakan data angket respon pelanggan. kemudian dianalisa secara diskriptif dengan menggunakan presentase. Presentase yang diperoleh diartikan dengan kriteria interpretasi berupa pengertian kualitatif. Penelitian ini akan menjelaskan keadaan yang sekarang ini terjadi. Data yang diperlukan oleh peneliti adalah kepuasan pelanggan yang meliputi kualitas produk/ jasa , kualitas pelayanan, emosional produk, harga dan kemudahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 30 orang pelanggan wanita yang menikmati jasa perawatanV. Gurah Ozon diNanisa Beauty & Dental Clinic.Dari penyebaran kuisioner sejumlah tersebut, semua kuisioner dapat kembali dengan sepenuhnya dan memiliki jawaban yang lengkap.Penentuan sampel sejumlah tersebut diperkirakan cukup, mengingat keterbatasan sumberdaya yang dimiliki peneliti dan tidak diketahui secara pasti besarnya populasi, penyajian data mengenai karakteristik responden yaitu memberikan gambaran tentang keadaan diri responden. Adapun gambaran tentang responden yang menjadi sampel penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan umur dan pekerjaan. Deskripsi umum atas karakteristik responden dijelaskan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan umur

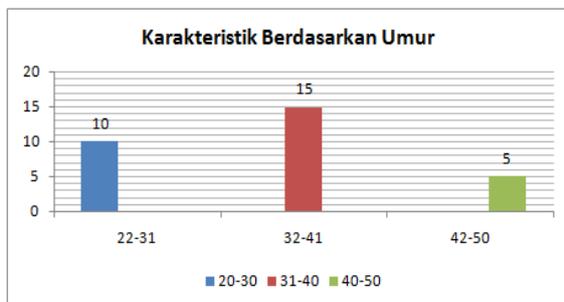


Diagram 1 Karakteristik berdasarkan umur

Noura Salon, berdiri sejak tahun 2009 yang Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa banyaknya responden sebanyak 30 orang pelanggan wanita. Hasil dari penyebaran kuisioner dapat diketahui deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan

bahwa responden yang berusia 22-31 tahun sebanyak 13 orang, umur 32-41 sebanyak 15 orang dan umur 42-50 sebanyak 7 orang.

2. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

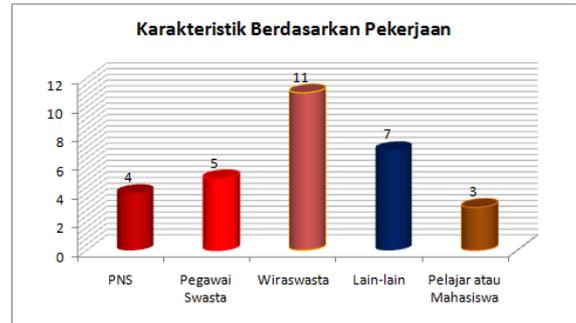


Diagram 2 Karakteristik berdasarkan umur

Berdasarkan hasil analisis dari penyebaran kuisioner dapat diketahui deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Gambar diagram mmenunjukkan bahwa yang bekerja sebagai PNS sebanyak 4 orang, bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 5 orang, bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 11 orang, lain lain misalnya sebagai ibu runah tangga, sebagai model dll sebanyak 11 orang, dan sisanya dari kalangan pelajar atau mahasiswa sebanyak 3 orang .

B. Hasil Penelitian

1. Prosedur pelaksanaan perawatan V Gurah Ozon

Perawatan V.Gurah Ozon adalah perawatan daerah kewanitaan dengan cara memasukan kateter ke dalam saluran reproduksi lalu menyemprotkan ozon ke dalam saluran reproduksi. Dengan ozon tersebut, bakteri patoten yang menyebabkan keputihan akan mati, sementara flora normalnya tetap hidup sehingga menjadikan daerah sekitar miss V menjadi lebih bersih, kesat, dan kencang dan setelah melakukan ozonisasi akan dilanjutkan dengan Ratus berupa pengasapan dengan aroma terapi, ini jg bermanfaat untuk membersihkan dan memberi keharuman pada daerah keewanitaan.

2. Langkah Perawatan V Gurah Ozon

- a. Dengan posisi tubuh tengkurap pertama-tama melakukan pemijatan ringan pada klien sebagai relaksasi. Setelah itu posisi menjadi berbaring, kemudian pijat bagian titik tsubo sampai bagian paha sebelah kanan dan kiri secara ringan dngan menggunakan telapak tangan dan jari setelah pemijatan selesai kemudian kaki dibuka.
- b. Pispot diletakkan tepat dibawah daerah kewanitan ini digunakan menampung sisa kotoran air setelah vagina dibersihkan

kemudian memasang selang kateter kedalam liang vagina.

- c. Melakukan ozonisasi oksigen murni dialirkan dan diolah di dalam mesin generator ozon, hingga menjadi gas O₃.
- d. Melepas selang kateter kemudian membersihkan permukaan vagina kembali menggunakan kapas kering.
- e. Setelah perawatan ozonisasi selesai kemudian dilanjutkan dengan perawatan ratus atau pengasapan pada daerah kewanitaan.

3. Angket respon kepuasan pelanggan terhadap perawatan V Gurah Ozon
a. Kualitas Produk/ Jasa

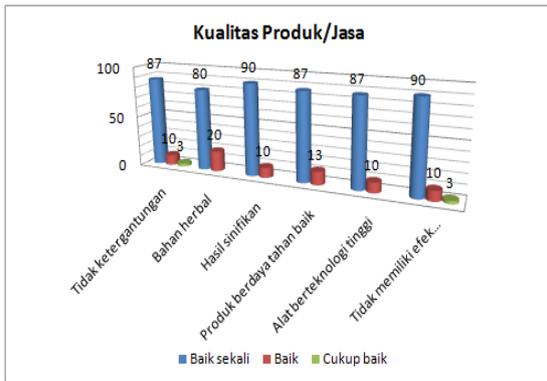


Diagram 3 Kualitas produk/ jasa

Diagram diatas menunjukkan bahwa perawatan V guruh ozon menunjukkan hasil yang signifikan dan Setelah melakukan perawatan V. guruh ozon tidak memiliki efek samping diperoleh rata-rata 90% memilih baik sekali, 10% memilih baik dan 3 % memilih cukup baik. Produk (kosmetik) yang digunakan dalam perawatan V. ozon terbukti tidak menimbulkan ketergantungan, produk (kosmetik) yang digunakan pada perawatan V.guruh ozon memiliki daya tahan yang baik pada waktu jangka panjang dan eralatan yang digunakan dalam perawatan V. guruh ozon berteknologi tinggi diperoleh persentase 87% memilih baik sekali, 10-13 % memilih baik dan 3% memilih cukup baik. Sedangkan produk (kosmetik) yang digunakan untuk perawatan V. guruh ozon terbuat dari bahan herbal diperoleh rata-rata 80% memilih baik sekali dan 20% memilih baik.

b. Kualitas Pelayanan

Diagram dibawah menunjukkan bahwa penampilan terapis Nanisa *Beauty & Dental Clinic* rapi sesuai dengan profesinya, kebutuhan pelanggan dikonfirmasi dan diidentifikasi melalui pertanyaan dan tanggapan efektif (berkomunikasi dengan baik) dan Nanisa *Beauty & Dental Clinic* memberikan pelayanan yang sama terhadap

masing – masing pelanggan diperoleh rata-rata 93% memilih baik sekali, 7% memilih baik. Pelanggan yang datang diterima dengan ramah, baik dan sopan dan Penampilan terapis Nanisa *Beauty & Dental Clinic* rapi sesuai dengan profesinya diperoleh rata-rata 90% memilih baik sekali, 20% memilih baik. Sedangkan sarana dan prasana di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* nyaman atau tidak rusak, sesuai standart dan memperhatikan sanitasi hygiene diperoleh rata-rata 83% memilih baik sekali dan 17% memilih baik.

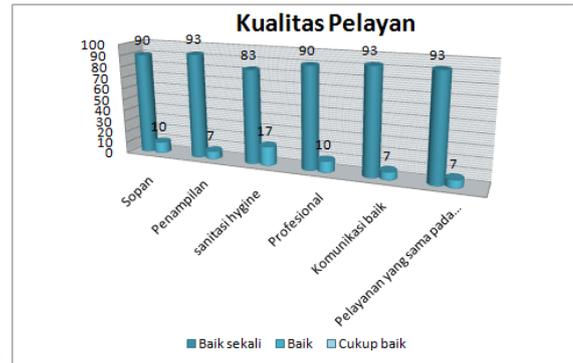


Diagram 4 Kualitas pelayanan

c. Emosional Faktor

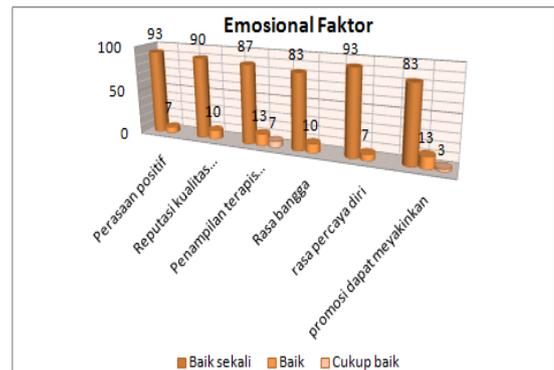


Diagram 5 Emosional faktor

Diagram 4.5 diatas menunjukkan bahwa pelanggan merasa nyaman dan mendapat perasaan positif setelah melakukan perawatan V.guruh ozon dan perawatan V. Gurah Ozon di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* memberikan rasa percaya diri diperoleh rata-rata 93% memilih baik sekali dan 7% memilih baik. Persepsi/reputasi masyarakat mengenai kualitas perawatan V.guruh ozon di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* diperoleh rata-rata 90% memilih baik sekali dan 10% memilih baik. Penerimaan terapis menyakinkan pelanggan untuk melakukan perawatan di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* diperoleh rata-rata 87% memilih baik sekali, 13%

memilih baik dan 7% memilih cukup baik. Sedangkan perawatan V. Gurah Ozon di Nanisa Beauty & Dental Clinic memberikan rasa bangga dan Promosi di Nanisa Beauty & Dental Clinic menyakinkan sehingga pelanggan melakukan perawatan V. Gurah Ozon diperoleh rata-rata 83 % memilih baik sekali, 13% memilih baik dan 3% memilih cukup baik.

d. Harga

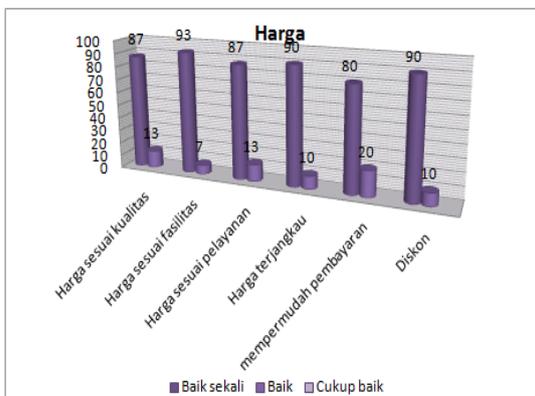


Diagram 6 Harga

Diagram diatas menunjukkan bahwa harga perawatan V.gurah ozon sesuai dengan fasilitas yang diberikan diperoleh rata-rata 93% memilih baik sekali dan 7% memilih baik. Harga perawatan ekonomis dan mudah dijangkau dan terdapat diskon untuk perawatan V. Gurah Ozon di Nanisa Beauty & Dental Clinic diperoleh rata-rata 90% memilih baik sekali, 10% memilih baik. Harga perawatan V.gurah ozon yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa dan arga perawatan V.gurah ozon sesuai dengan pelayanan yang diberikan diperoleh rata-rata 87% memilih baik sekali dan 13% memilih baik. Sedangkan Nanisa Beauty & Dental Clinic memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran lewat kartu debit diperoleh rata-rata 80% memilih baik sekali dan 20% memilih baik.

e. Kemudahan

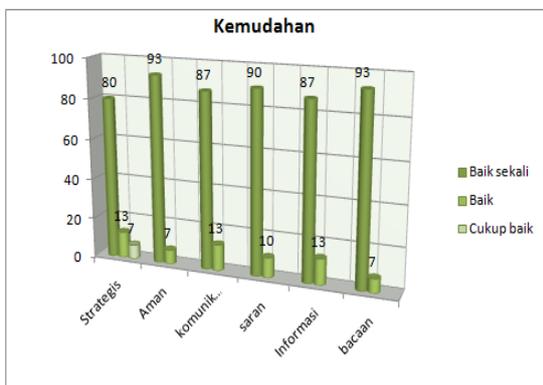


Diagram 7 Kemudahan

Diagram 4.7 diatas menunjukkan bahwa kenyamanan dan keamanan di Nanisa Beauty & Dental Clinic terjamin dan Penyediaan bahan bacaan (majalah, Koran dan lain lain), makanan dan minuman selama perawatan atau menunggu giliran diperoleh rata-rata 93% memilih baik sekali dan 7% memilih baik. Nanisa Beauty & Dental Clinic menyediakan kotak saran dan kritik guna menyampaikan keluhan diperoleh rata-rata 90% untuk kategori baik sekali dan 10% memilih baik. Alat komunikasi yang dimiliki Nanisa Beauty & Dental Clinic efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan Informasi mengenai perawatan V. Gurah Ozon ditawarkan lengkap dan jelas (brosur, iklan pamflet dan lain lain) diperoleh rata-rata 87% memilih baik sekali dan 13% memilih baik. Sedangkan lokasi di Nanisa Beauty & Dental Clinic strategis dan mudah dijangkau diperoleh rata-rata 80% memilih baik sekali, 13% memilih baik dan 7% memilih cukup baik.

Berdasarkan hasil dari kepuasan pelanggan yang dibagi ke dalam beberapa aspek seperti kualitas produk/jasa, kualitas pelayanan, emosional produk, hga dan kemudahan dapat sehingga dapat disajikan ke dalam suatu diagram sebagai berikut :

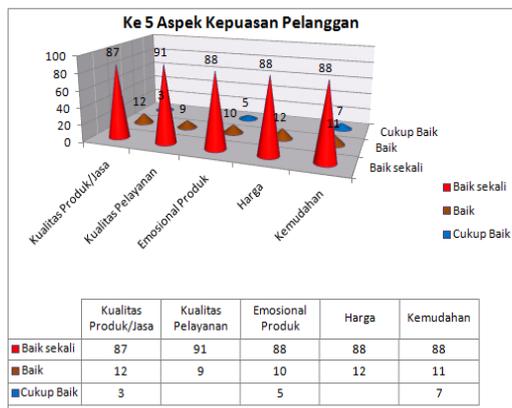


Diagram 8 Ke 5 aspek kepuasan pelanggan

Diagram diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memperoleh rata-rata tertinggi 91% memilih baik sekali dan 9% memilih baik. Berturut-turut untuk emosional produk, harga dan kemudahan memperoleh rata-rata 88% memilih baik sekali 10%-12% memilih baik dan 5%-7% memilih cukup baik. Sedangkan Kualitas/jasa memperoleh rata-rata terendah 87% untuk kategori baik sekali, 12% memilih baik dan 3% memilih cukup baik.

C. Pembahasan Hasil

Berdasarkan hasil penyajian data dapat diketahui hasil observasi prosedur perawatan V. Gura Ozon dan kepuasan pelanggan pada perawatan V. Gura Ozon di *Nanisa Beauty and Dental Clinic*.

1. Kepuasan Pelanggan

a. Kualitas Produk/ Jasa

Berdasarkan kepuasan pelanggan mengenai kualitas produk/ jasa yang ada di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* diketahui bahwa respon masing-masing pelanggan berbeda. Dari hasil respon pelanggan mengenai kualitas produk/ jasa menunjukkan hasil yang sangat signifikan tersebut direspon baik sekali oleh pelanggan karena untuk normalnya perawatan V Gura Ozon ini dilakukan minimal 1 bulan 2 kali perawatan dan harus rutin dan bertahap sehingga akan mendapatkan hasilnya. Selain itu juga pelanggan merespon baik sekali terhadap kosmetik/ jasa yang digunakan tidak memiliki efek samping ataupun ketergantungan.

Akan tetapi tidak semua pelanggan merespon seperti itu, dari beberapa pelanggan mengatakan bahwa mereka merasa bahan yang digunakan dalam perawatan V Gura Ozon ini tidak semua menggunakan bahan herbal, karena setiap obat tentunya pasti memiliki sifat ketergantungan apabila sudah tidak mengkonsumsinya lagi, entah efek sampingnya terjadi secara langsung jangka pendek maupun jangka panjang.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Made Novandri (2010 : 46) bahwa produk dalam performanya menunjukkan bentuk-bentuk keunggulan dan kemampuan yang dimiliki oleh produk untuk ditawarkan agar dapat memberikan kepuasan kepada para penggunanya. Kualitas produk jasa yang baik akan menjadi sebuah nilai yang penting dalam pemasaran produk. Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Handi Irawan (2008) dalam Maria Novita (2014: 60) bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memiliki indikator penampilan, kemampuan, fitur, daya tahan dan kesesuaian.

b. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan kualitas pelayanan yang ada di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* diketahui bahwa penampilan dari terapis mendapat respon yang baik sekali dari pelanggan karena penampilan terapis perlu agar sesuai dengan profesinya serta mampu memperhatikan SOP dalam bekerja agar mampu membuat pelanggan terkesan dan menjadikan bukti bahwa *Nanisa Beauty & Dental Clinic* sangat konsisten dalam

memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Kebutuhan pelanggan akan selalu dikonfirmasi dan diidentifikasi melalui pertanyaan dan tanggapan efektif. Hal ini dikarenakan terapis akan berusaha menjelaskan setiap pelayanan yang ditanyakan konsumen dengan bahasa yang baik dan mudah dimengerti oleh pelanggan, serta terapis juga memberikan pelayanan yang tepat kepada pelanggan. Setiap terapis juga tidak akan membedakan setiap pelanggan artinya semua pelanggan dilayani dengan sama, ramah sopan serta kebutuhan pelanggan dikonfirmasi dan diidentifikasi melalui pertanyaan dan tanggapan efektif sehingga dapat timbul komunikasi yang baik antara terapis dan pelanggan.

Tetapi tidak semua pelanggan merespon hal yang demikian pada aspek sarana dan prasarana yang ada di klinik *Nanisa Beauty & Dental Clinic* yang mereka merespon cukup baik karena untuk fasilitas alat yang digunakan masih ada beberapa yang belum lengkap, dari jumlahnya pun terbatas, sehingga pada waktu perawatan sering bergantian menggunakan alat yang sama. Karena memang harga alat kedokteran yang ada juga memiliki harga yang mahal.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Handi Irawan (210) dalam Maria Maya (1014: 61) bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas bila mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan yang dibentuk dari sudut pandang pelanggan.

c. Emosional Faktor

Pelayanan yang menyenangkan akan menimbulkan rasa nyaman dan mendapatkan perasaan positif setelah melakukan perawatan, hal ini yang selalu dilakukan pada setiap pelanggan di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*. Hal ini menunjukkan pelanggan yang sudah melakukan perawatan merasakan efek yang positif yaitu merasa lebih sehat dan terawat kebersihan daerah kewanitaannya. Pelanggan pada umumnya juga merasakan bahwa pelayanan yang diberikan *Nanisa Beauty & Dental Clinic* percaya memberikan pelayanan yang memuaskan. Perawatan V Gura Ozon juga memberikan rasa bangga dan rasa percaya diri yang dapat dirasakan oleh pelanggan setelah melakukan perawatan.

Tetapi beberapa dari pelanggan merasa tidak mendapatkan hasil yang positif serta tidak merasa percaya diri setelah melakukan perawatan tersebut karena mereka menganggap tetap saja tidak ada perbedaan sebelum melakukan perawatan dan sesudah melakukan perawatan. Sedangkan

pelanggan merespon cukup baik pada aspek promosi di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* menyakinkan sehingga pelanggan melakukan perawatan V. Gurah Ozon, karena di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* menggunakan brosur yang sampulnya terdapat foto wanita yang wajahnya putih dan bersih sehingga pelanggan menjadi tertarik dan yakin atas perawatan yang dilakukan dan disetiap sudut ruangan *Nanisa Beauty & Dental Clinic* terdapat televisi yang menjelaskan perawatan dan foto-foto perawatan yang akan lebih menyakinkan pelanggan. Tetapi sebagian mereka mengatakan untuk promosi yang dilakukan di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* belum begitu maksimal karena perlu adanya perbaikan dari segi promosi dan tidak hanya mengandalkan brosur yang sudah ada, karena promosi seperti ini masih dalam lingkup area salon saja.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Camelia Hanifah (2010) bahwa kualitas jasa memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat salah satunya adalah dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.

d. Harga

Kepuasan pelanggan mengenai harga perawatan yang ada di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* harga perawatan V.gurah ozon sesuai dengan fasilitas yang diberikan. *Nanisa Beauty & Dental Clinic* menyediakan banyak fasilitas untuk pelanggannya yang sedang menunggu giliran melakukan perawatan dan peralatan yang digunakan untuk melakukan perawatan juga berteknologi tinggi. *Nanisa Beauty & Dental Clinic* merupakan klinik kecantikan yang bermutu dan berkualitas baik dari peralatan yang digunakan maupun produknya sudah terjamin, namun dengan harga yang sangat terjangkau, sehingga semua kalangan mampu menikmati perawatan agar menjadi cantik, sehat dan menawan *Nanisa Beauty & Dental Clinic* juga memanjakan pelanggan dengan memberikan fasilitas yang sangat lengkap didalam klinik mulai dari ruang tunggu yang sangat nyaman, disediakan komputer

untuk online pelanggan, alat olahraga atau fitness, tempat karaoke keluarga, alat untuk memijat bagian-bagian tubuh tertentu, café dll.

Tetapi disisi lain pembayaran di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* tidak harus menggunakan uang *cash* bisa dengan menggunakan debit. Setiap pelanggan di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* yang tidak membawa uang *cash* bisa melakukan pembayaran secara debit sehingga dapat mempermudah pelanggan melakukan perawatan secara maksimal tanpa membawa uang *cash* yang berlebihan. Tetapi terkadang di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* sering mengalami trobel dalam pembayaran menggunakan debit, dan biasanya hanya kartu debit atau kredit tertentu yang bisa transaksi.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang diungkapkan oleh Made Novandri (2010: 49) bahwa Harga produk bisa dipersepsikan secara berbeda oleh orang yang berbeda. Keseuaian harga dengan kualitas yang diberikan akan memberikan satu kepercayaan seseorang terhadap produk tersebut.

e. Kemudahan

Kenyamanan dan keamanan di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* terjamin, karena *Nanisa Beauty & Dental Clinic* memberikan kenyamanan terhadap pelanggan dengan suasana yang asri didalam klinik kecantikan dan keamanan untuk kendaraan yang digunakan pelanggan dengan tersedianya area parkir yang dijaga petugas dan terdapat kamera sisi tv disetiap ruangan dan area klinik. Kemudahan pelanggan yang didapat saat melakukan perawatan di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* yaitu menyediakan bahan bacaan dengan edisi terbaru (majalah dan Koran), makanan dan minuman selama menunggu giliran perawatan, serta menyediakan fasilitas berupa *café*.

Disamping itu, sebagian pelanggan mengeluhkan menganggap lokasi dari *Nanisa Beauty & Dental Clinic* kurang begitu terjangkau oleh pelanggan karena lokasinya masuk ke dalam perumahan. Sehingga sedikit sulit bagi pelanggan yang pertama kali datang ke klinik *Nanisa Beauty & Dental Clinic*. Meskipun berada di tengah kota Sidorjo tetapi untuk pelanggan yang baru tentunya sedikit kesulitan untuk menuju ke klinik *Nanisa Beauty & Dental Clinic*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dari Al Somali (2008) dalam Zaki Baridwan (2009) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi. Kepercayaan diri seseorang dimana dalam penggunaan suatu

teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil pelatihan dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil angket faktor-faktor kepuasan pelanggan bahwa dari kelima faktor tersebut kualitas pelayanan memperoleh respon tertinggi dari ke empat faktor yang lainnya, karena kualitas pelayanan yang di berikan Nanisa *Beauty & Dental Clinic* memiliki pelayanan yang sopan, penampilan terapis yang rapi sesuai dengan profesinya, menjaga sanitasi hygiene, terapis yang profesional dengan komunikasi yang baik dengan setiap pelanggan serta pelayanan kepada pelanggan tidak membeda-bedakan kepada setiap pelanggan.
2. Hasil respon terendah terdapat pada faktor kualitas produk/ jasa karena dari beberapa pelanggan mengatakan bahwa bahan yang digunakan untuk perawatan V Gura Ozon ini tidak semuanya menggunakan bahan herbal, serta setiap perawatan atau obat tentunya memiliki efek samping dari pemakaiannya. Efek bisa terjadi secara langsung ataupun jangka panjang.

Saran

Mengacu pada simpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan kepada Nanisa *Beauty & Dental Clinic* adalah:

1. Kepuasan pelanggan terhadap hasil produk/jasa perawatan V. Gura Ozon diusahakan untuk penggunaan bahan lebih ditekankan lagi kepada pelanggan, untuk kosmetik yang digunakan itu benerbah menggunakan bahan herbal atau tidak.
2. Dari segi kualitas pelayanan di harapkan Nanisa *Beauty & Dental Clinic* pemenuhan atau kelengkapan alat diperbanyak saranan dan prasaranya sehingga tidak harus antri untuk menggunakan alat yang sama.
3. Mengingat lokasi klinik yang berada di perumahan, sehingga terkadang pelanggan sulit untuk mencari lokasi klinik diiharapkan Nanisa *Beauty & Dental Clinic* meningkatkan kualitas promosi di luar tidak memfokuskan promosi di dalam klinik tetapi juga melakukan promosi di luar klinik.
4. Ketika ingin melakukan pembayaran menggunakan kartu debit atau kredit seharusnya lebih dioptimalkan lagi sehingga tidak sering adanya trobel ketika memakai debit atau kredit yang bukan sesama bank yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Jakarta: Bayumedia.

- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, *Service Marketing (3rd ed.)*, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Baridwan, Zaki. 2009. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Brawijata.
- Charles C Zhang with Chen Zhang Lyn L. 2003. *Make You're Self a Millionaire New York*. New York: Mc. Grew-Hill International.
- Alhassan G. Abdul-Muhmin (2002), "Instrumental and interpersonal determinants of relationship satisfaction and commitment in industrial markets" *Journal of Business Research* 58 (2005) 619– 628
- Husein Umar, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Daniel Goleman. 2002. *Kecerdasan Emosional Untuk Mencapai Puncak Prestasi*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Enggel, F.J. Blackwell, G.R and Miniard, W.F. (1994) "Perilaku Konsumen" (Di Indonesiakan oleh F.X. Budiyanto Drs.) *Jilid 1 & 2*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Fandy Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.
- Huriyati, Ratih. 2005. *Service Marketing*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Gaspersz, Vincent. 2011. *Total Quality Manajemant Untuk Praktisi Bisnis dan Industri*. Bogor : Vinchristo Pulication.
- Goleman, Daniel. 2002. *Kecerdasan Emosional*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CAPS.
- Hamalik, Oemar. (2005). *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hanifah, Camelia. 2010. *Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen pada Ritel Moder*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Irawan, Handi. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, cetak kelima, Elex Media Komputindo*. Jakarta.
- Ikasari, Ajeng Utami, Sri Suryoko dan Sendhang Nurseto. 2013. "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang)". *Diponegoro Journal Of Social and Politic*. Tahun 2013. Hal. 1 –8. UNDIP: Semarang.
- Irawan, Handi, (2003), "Indonesia Customer Satisfaction: Membedah Strategi" "Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA", Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- John Minor, Michael (2002). "Perilaku Konsumen". Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Marketing Manajemant, Millenium Edition North Western University New Jersey, Prentice Hall Inc*.

- Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa (Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan)*. Jakarta: Prenhallindo.
- Louise, Jumarani. 2009. *The Esence of Indonesia Spa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Murti, B. 2003. *Prinsip dan Metode Riset Epidemiologi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Novita Maya Christanti, Maria. 2014. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Pelayanan Jasa Spa dengan Hot Stone di House of Reyta Salon and Spa*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: PKK Universitas Negeri Surabaya.
- Novandri, Made. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Kepuasan Pembeli Sepeda Motor Yamaha pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan*. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Nasution, MN. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemant)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Naser, K., Jamal A. and Khatib K, 1999, "Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Perferences in Jordan," *International Journal Of Banking Marketing*, Vol 17 no 3 p 135-150.
- Nugraha, B. D. (2007). *Seks, Menopause, dan Penyakit Menular Seksual*. Makalah Seminar. Diunduh 21 januari 2011.
- Oliver, R.L., 1999. Whence Consumer Loyalty, *Journal of Marketing*, Vol. 63, pp. 33-44.
- Rangkuti, Fredy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. 2011. *Skla Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sumarwan. 2009. Dikutip oleh Dinasty SH Manurung.
- Siswanto Sutojo. 2003. *Manajemen Penjualan Yang Efektif, Cetakan Pertama*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Sivadas, Eugene; Baker-Prewitt, Jamie L (2000), "An examination of the relationship between service quality, customer satisfaction, and store loyalty", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Volume 28 . Number 2.
- Solomon, m (1996) "Consumer behaviot"(3th edition). McGraw Hill.
- Sunarto. 2003. "Perilaku Konsumen". Yogyakarta: AMUS Yogyakarta dan CV. Ngeksigondo Utama.
- Sumarwan Ujang 2002. "Perilaku konsumen". *Gahlia Indonesia*. Bogor: Mowen, C.
- Sudjana, Nana. 2001. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru
- Selnes, Fred (1993), "An Examination of the Effectof Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty," *European Journal of Marketing*, Vol.27, No 9.
- Tjipto, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran san Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Yohanes Suhari,dkk. 2012. *Perilaku Konsumen Online: Pengaruh Nilai, Kepuasan, dan Inersia Terhadap Loyalitas*, *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK* Volume 17, No.1.
- Yoeti, O. A. (2001). *Ilmu Pariwisata: Sejarah, Perkembangan dan Prospeknya*. Jakarta : Pertja.
- Ziethaml, Valarie A, Berry, L and Parasuraman, A. 2006 (31-46), *The Behavioral Consequences of Service Quality*, *Journal of Marketing*.
- Website:
- Anonim. 2015. "Ramuan Ratus". 12 Agustus 2015. <http://www.Google.com>.
- Anonim. 2015. "Totok Vagina". 12 Juli 2015. <http://tirtaayuspa.com>,
- Anonim. 2015. "Spekulum". 10 Januari 2015. <http://farmasi.kesehatan>.
- Anonim. 2015. "Ozonisasi". 23 Maret 2015. <http://kupang.tribunnews.com>.