

ABSTRAK

Perawatan kecantikan pada saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang yang menginginkan kulit yang sehat. Gaya hidup menuntut untuk lebih memperhatikan penampilan, untuk itu perawatan kulit sangat penting bagi setiap orang. Permintaan terhadap produk dan perawatan kecantikan semakin meningkat dan mengakibatkan munculnya perusahaan baru yang bergerak dibidang yang sama, ini menuntut para pengelola bisnis untuk terus berbenah terutama dalam hal mempertahankan kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek pada kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa klinik kecantikan di Kota Bandung dengan melihat tantangan dari persaingan yang ada pada bisnis klinik kecantikan saat ini.

Dari seluruh klinik kecantikan di Kota Bandung memiliki masalah umum yang mungkin selalu ada disetiap perusahaan yang bergerak di industri kecantikan, yaitu turunnya pertumbuhan jumlah pasien setiap tahun salah satu penyebab turunnya jumlah pasien adalah ketidakpuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan hal ini menyebabkan pelanggan juga tidak loyal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan Klinik Kecantikan di Kota Bandung. Metode penelitian ini kuantitatif yang berdasarkan tujuan kausal. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel menggunakan non probability sampling teknik, yang pernah mengunjungi dan menggunakan produk / perawatan di Klinik Kecantikan di Kota Bandung.

Pengumpulan data diperoleh dari 400 responden Klinik Kecantikan di Kota Bandung dengan mengisi kuesioner. Menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program *software* LISREL 8.80. Berdasarkan penelitian data pengolahan SEM untuk model penuh telah memenuhi kriteria goodness of fit sebagai berikut, nilainya dari chi-square = 344.539; probabilitas = > 0,000; CMIN / DF = 1,566; GFI = 0,930; RMSEA = 0,038; AGFI = 0,912; CFI = 0,992; PGFI = 0,741 dan PNFI = 0,850. Hasilnya, dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk digunakan.

Hasil dari analisis penelitian ini adalah menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memberikan hasil positif terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan juga memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas pelanggan