

**PENGARUH KETERSEDIAAN FASILITAS, KUALITAS
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN KLINIK KECANTIKKAN
DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM
(Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan
Di Kota Bandar Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar S1**

Oleh :

**DEWI PUJI LESTARI
NPM : 1951040273**

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2023M**

**PENGARUH KETERSEDIAAN FASILITAS, KUALITAS
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN KLINIK KECANTIKKAN
DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM
(Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan
Di Kota Bandar Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar S1**

Oleh :

**DEWI PUJI LESTARI
NPM : 1951040273**

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

**Pembimbing I : Fatih Fuadi, M.Si
Pembimbing II : Dimas Pratomo, M.E**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2023M**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena munculnya ketidakpuasan konsumen yang ditunjukkan dengan terdapatnya keluhan konsumen yang merupakan efek dari ketidakpuasan mereka setelah melakukan perawatan di Klinik Kecantikan. Dengan melihat permasalahan yang ada, maka penelitian ini diarahkan untuk menganalisis mengenai bagaimana meningkatkan preferensi konsumen klinik-klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung dengan didukung peningkatan ketersediaan fasilitas, kualitas produk, kualitas pelayanan. Penelitian ini bermaksud menganalisa hubungan antara ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan preferensi konsumen, sebagai objek penelitian adalah konsumen klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap preferensi konsumen klinik kecantikan secara parsial dan simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan pada konsumen klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung, dengan sampel penelitian berjumlah 96 responden dan menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu Purposive Sampling. Pengumpulan data melalui kuesioner. Selanjutnya untuk menganalisis, peneliti menggunakan skala likert dengan metode analisis *SmartPLS*.

Hasil penelitian ini setelah diuji menyatakan bahwa ketersediaan fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen. kemudian kualitas produk dan kualitas pelayanan sama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Dalam perspektif Bisnis Islam, secara umum ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Klinik-klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung sudah sesuai dengan syariat Islam berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Kata Kunci: Ketersediaan Fasilitas, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Preferensi Konsumen.

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of the emergence of consumer dissatisfaction as indicated by the presence of consumer complaints which are the effect of their dissatisfaction after undergoing treatment at the Beauty Clinic. By looking at the existing problems, this research is directed to analyze how to increase consumer preferences of beauty clinics in Bandar Lampung City supported by increased availability of facilities, product quality, service quality. This study intends to analyze the relationship between the availability of facilities, product quality and service quality on customer satisfaction to increase consumer preferences, as the research object is beauty clinic consumers in Bandar Lampung City. The purpose of this study was to find out whether the availability of facilities, product quality and service quality have an effect on customer satisfaction and customer satisfaction have an effect on consumer preferences of beauty clinics partially and simultaneously.

This study uses a quantitative approach. The research was conducted on beauty clinic consumers in Bandar Lampung City, with a sample of 96 respondents and using a non-probability sampling technique, namely Purposive Sampling. Data collection through questionnaires. Furthermore, to analyze, researchers used a Likert scale with the SmartPLS analysis method.

The results of this study after being tested state that the availability of facilities has no effect on consumer preferences. then product quality and service quality both have a positive and significant influence on consumer preferences. From an Islamic business perspective, in general the availability of facilities, product quality and service quality performed by beauty clinics in Bandar Lampung city are in accordance with Islamic law based on the principles of Islamic business ethics.

Keywords: Availability of Facilities, Product Quality, Service Quality, Consumer Preferences.



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: JL. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Telp (0721)78088735131

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dewi Puji Lestari
NPM : 1951040273
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh Ketersediaan Fasilitas, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Konsumen Klinik Kecantikan Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung) adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri. Bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Bandar Lampung, Maret 2023

Penulis



Dewi Puji Lestari

NPM. 1951040273



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: JL. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Telp (0721)78088735131

SURAT PERSETUJUAN

Judul Skripsi : “Pengaruh Ketersediaan Fasilitas, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Konsumen Klinik Kecantikan Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung)”

Nama : Dewi Puji Lestari

NPM : 1951040273

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk di munaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang
munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Fatih Fuadi, M.S.I

NIP. 198512192015031006

Pembimbing II

Dimas Pratomo, M.E

NIP. 199305282018011003

**Mengetahui,
Ketua Jurusan**

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.

NIP. 197905142003121003



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: JL. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Telp (0721)78088735131

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Ketersediaan Fasilitas, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Konsumen Klinik Kecantikan Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung)”** disusun oleh: **Dewi Puji Lestari**, NPM: **1951040273**, Jurusan: **Manajemen Bisnis Syariah**, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Ridwansyah, S.E., M.E.Sy.

Sekretaris : Weny Rosilawati, M.M.

Penguji I : M. Yusuf Bahtiar, M.E.

Penguji II : Fatih Fuadi, M.S.I.

Penguji III : Dimas Pratomo, M.E.



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. M. Nurhikmah, S.E., M.M., Akt., C.A.

NIP. 009262008011008

MOTTO

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي أَنْفُسِكُمْ إِلَّا فِي كِتَابٍ
مِّن قَبْلٍ أَنْ نَبْرَاهَا إِنَّ ذَٰلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرٌ ﴿٢٢﴾

“Setiap bencana yang menimpa di bumi dan yang menimpa dirimu sendiri, semuanya telah tertulis dalam Kitab (Lauh Mahfuzh) sebelum Kami mewujudkannya. Sungguh, yang demikian itu mudah bagi Allah.”

(QS. Al Hadid : 22)



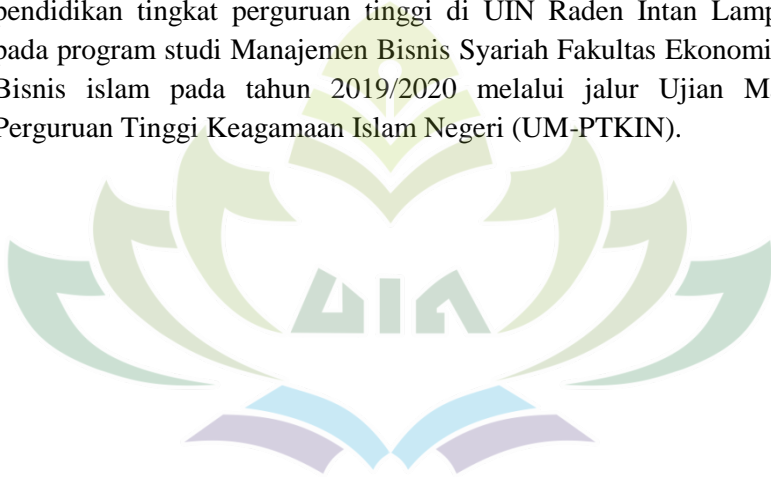
PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran untuk penulis dalam menyusun skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati karya sederhana ini penulis dedikasikan sebagai bentuk rasa terimakasih dan bukti cinta serta kasih sayangku kepada:

1. Ayahanda Markodi dan Ibunda Suminem, mereka adalah orang tua terhebat yang telah mendedikasikan hidupnya untuk membesarkan, mendidik dan mendukung penulis dengan penuh kesabaran dan kasih sayang. Mereka adalah alasan untuk penulis selalu bersyukur dalam setiap keadaan. Terimakasih untuk segalanya, atas untaian do'a yang tak pernah putus, semoga Allah senantiasa melimpahkan kasih sayang-Nya kepada orang tuaku.
2. Kakak laki-lakiku Eko Pujiyanto serta kakak iparku Hesti Windasari dan keluarga besarku yang selalu menjadi penyemangat penulis, terimakasih atas do'a, dukungan dan canda tawa yang tidak pernah berhenti sampai saat ini.
3. Perikecilku Annindya Faranisa Azni sebagai keponakan tersayang terimakasih sudah menjadi penghibur selalu.
4. Partnerku Rivan Henky Anggara sebagai sosok yang selalu sabar atas keluhkesahku terimakasih sudah menemani, serta keluarganya, mereka juga orang-orang terkasih terimakasih atas do'a serta sudah mendukung dan menyemangati.
5. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dianugerahi nama lengkap Dewi Puji Lestari, oleh kedua orangtuaku tercinta yaitu Ayahanda Markodi dan Ibunda Suminem. Penulis lahir di Banjar Agung pada tanggal 14 Januari 2001, anak kedua dari dua bersaudara. Berikut ini jenjang pendidikan formal yang telah penulis tempuh yaitu: dari TK Aisyah mendapatkan ijazah pada tahun 2007, kemudian melanjutkan di SD Negeri I Banjar Agung dan mendapat ijazah pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan di MTs Ma'arif UN 10 Penawaja Pugung Raharjo dan mendapat ijazah pada tahun 2016. Dan kemudian melanjutkan di MAN 1 Kota Metro dan mendapat ijazah pada tahun 2019. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi di UIN Raden Intan Lampung pada program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2019/2020 melalui jalur Ujian Masuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (UM-PTKIN).



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, ilmu pengetahuan, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, para sahabat, keluarga, pengikut-Nya yang taat pada ajaran agama-Nya, yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang pada saat ini.

Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). terselesaikan skripsi ini berkat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak maka dari itu dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis ungkapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E.,M.M.,Akt.,C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Fatih Fuadi, M.Si selaku pembimbing akademik satu terimakasih atas kesediaannya dalam memberikan bimbingan, saran dan kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Dimas Pratomo, M.E selaku pembimbing akademik dua yang dengan sabar memberikan bimbingan, motivasi dan pengarahan yang sangat berarti bagi penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membagi ilmu, membantu serta memberikan masukan-masukan yang insyaAllah dapat menjadi pedoman dan bekal untuk penulis.
6. Responden (pengguna skincare dan treatment yang berpelanggan di Konsumen klinik kecantikan di Bandar Lampung) yang telah

dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.

7. Sahabat seperjuanganku yaitu Annisa Malik, Andini, Depi, Depina, Ninda, Deka yang selalu menjadi teman baikku, terimakasih selalu menyediakan tempat berkeluh kesah dan membantu penulis.
8. Sahabat Kostanku yaitu Zahra yang sekaligus menjadi kakak tingkat terbaik dan selalu menjadi orang yang mau membantu serta memberitahu tentang skripsi penulis dan teman-teman kost Putri Hati lainnya sudah memberi dukungan terhadap penulis.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 khususnya kelas MBS-C terimakasih karena selalu mendukung, berbagi ilmu dan informasi serta mendoakan.

Akhirnya, dengan iringan terimakasih penulis memanjatkan do'a kepada Allah SWT, semoga jerih payah dan amal semua pihak akan mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya, Aamin.



Bandar Lampung, Maret 2023
Penulis

Dewi Puji Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah.....	14
E. Tujuan Penelitian	15
F. Manfaat Penelitian	15
G. Kajian Penelitian Terdahulu	17
H. Sistematika Penulisan	28

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Preferensi Konsumen.....	31
B. Ketersediaan Fasilitas	35
C. Kualitas Produk.....	36
D. Kualitas Pelayanan.....	40
E. Perspektif Bisnis Islam	45
F. Pengajuan Hipotesis.....	47

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	49
C. Populasi.....	50
D. Sampel	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Definisi Operasional Variabel	52
G. Instrumen Penelitian	54

H.	Uji Instrumen	56
1.	Validitas dan Reliabilitas Data	56
a.	Uji Validitas.....	56
b.	Uji Reliabilitas.....	57
I.	Uji Hipotesis	58
1.	Uji Parsial (Uji t).....	58
2.	Pengujian Simultan (Uji F)	59
3.	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	60
4.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		61
A.	Deskripsi Data	61
1.	Deskripsi Responden.....	61
2.	Deskripsi Distribusi Jawaban Responden	64
B.	Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis	68
1.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	68
2.	Analisis Data	73
3.	Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP		89
A.	Simpulan	89
B.	Rekomendasi.....	90
DAFTAR RUJUKAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen Dan Persentase Pertumbuhan Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung	6
Tabel 1.2 Data Produk Dan Pelayanan Di Klinik Kecantikan	8
Tabel 1.3 Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	53
Tabel 3.2 Pola Skala Likert	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	63
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ketersediaan Fasilitas	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	66
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Preferensi Klinik Kecantikan.....	67
Tabel 4.8 Hasil Outer Lading	70
Tabel 4.9 Composite Reliability.....	72
Tabel 4.10 Cronbach's Alpha.....	73
Tabel 4.11 T-Statistics dan P-Values	75
Tabel 4.12 R-Square.....	77
Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	46
Gambar 4.1 Diagram Variabel	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Hipotesis	74



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Guna untuk memperdalam penelitian ini, maka penulis menjelaskan definisi konsep-konsep pada proposal ini, yaitu **“Pengaruh Ketersediaan Fasilitas, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Konsumen Klinik Kecantikan Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung)”** dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹

2. Ketersediaan Fasilitas

Ketersediaan Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh pelanggan yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan.²

3. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.³

4. Kualitas Pelayanan

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, *ibid* h. 758

² Kotler, Philip .2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo

³ Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI

Mendefinisikan kualitas pelayanan (service quality) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima).⁴

5. Preferensi Konsumen

Bentuk komitmen yang kuat dari konsumen untuk menggunakan barang atau jasa perusahaan dalam periode waktu yang panjang atau melakukan pembelian ulang.⁵

6. Perspektif Bisnis Islam

Perspektif adalah suatu kumpulan atau asumsi maupun keyakinan tentang suatu hal.⁶ Islam adalah agama Allah yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad saw. agar beliau dapat menyerukan ajaran-ajaran agama itu kepada seluruh umat manusia dan dalam mempercayai wahyu ilahi tersebut manusia tidak ragu-ragu lagi tetapi dapat mengamalkan segala ajaran yang dikandung oleh agama itu.⁷ Bisnis syariah adalah bisnis yang mengandung keadilan dan prinsip-prinsip etika yang tinggi. Allah SWT dengan tegas mengatakan bahwa dalam bisnis syariah haram hukumnya menzalimi satu sama lain.⁸

Berdasarkan penegasan dari istilah-istilah diatas atau kata-kata diatas, maka yang menjadi pembahasan dalam skripsi ini adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi

⁴ Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

⁵ Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Erlangga: Jakarta

⁶ Yusuf Qhardawi, *Fikih, Zakah*. Muassat Ar-Risalah, Cet II Bairut Libanon, 1408 H/1998 Terjemah Didin Hafifudin

⁷ H. Abdullah Siddik S.H, *asas-Asas Hukum Islam*. (Jakarta: PT Bumi Restu. 1982)

⁸ Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakim Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), hal 120.

konsumen klinik kecantikan dalam perspektif bisnis islam.

B. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, setiap perusahaan dihadapkan oleh persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha untuk memenuhi harapan konsumen. Kunci utama perusahaan agar dapat memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Untuk mencapai hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan fasilitas, produk dan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing, apabila hal ini dapat tercapai maka konsumen akan puas dan lebih jauh lagi akan membawa kepada preferensi konsumen.⁹

Karena pertumbuhan di zaman modern ini, bagi sebagian wanita, penampilan cantik dan menarik bahkan sudah menjadi kebutuhan dan keharusan. Berbagai cara dan upaya pun ditempuh untuk memiliki kecantikan yang ideal. Mereka pergi ke salon kecantikan, memakai aneka kosmetika, mengenakan pakaian merek ternama, bahkan menjalani operasi plastik untuk memperindah bagian tubuh tertentu. Perasaan ingin tampil cantik adalah hal yang wajar. Itu merupakan kecenderungan bagi setiap kaum Hawa, dan menjadi fitrah sekaligus nikmat dari Allah SWT. Namun kecantikan juga adalah ujian. Bagi yang menggunakannya sesuai tuntutan agama, dia akan menjadi orang yang beruntung. Dan bagi yang menggunakannya di jalan kemaksiatan, sangatlah merugi dan berdosa. Kecantikan

⁹ Eugenia Andrea Dennisa, Suryono Budi Santoso. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)". *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016, Halaman 1-13

haruslah meliputi kehidupan beserta seluruh isinya, juga segala sesuatu di sekitar manusia. Segala yang bisa ditangkap oleh mata perlu diupayakan terlihat cantik dan indah. Maka dalam konteks ini, kecantikan tidak bisa dinilai dan dimaknai hanya dari aspek lahiriah semata. Ada unsur yang lebih utama, bahkan dapat menyematkan seorang Muslimah pada predikat ratu kecantikan sejati. Terdapat istilah dalam bahasa Arab untuk menyebut segala sesuatu yang indah dan disukai, yakni *al-husn*. Selama ini, *al-husn* dikenal hanya sekadar yang dianggap bagus oleh panca indera.

Seiring dengan perkembangan zaman, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat. Masalah penampilan merupakan bagian dari hidup yang harus diperhatikan. Hal ini dikaitkan dengan fenomena yang ada bahwa masyarakat sekarang semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan agar selalu tampil menarik. Salah satu bisnis atau usaha yang juga ikut merasakan perubahan *lifestyle* masyarakat saat ini adalah bisnis kecantikan seperti: *skincare*, *bodycare*, *hairecare* dan bisnis kecantikan lainnya yang mana banyak dicari oleh masyarakat terutama kaum wanita untuk merawat wajah dan tubuh agar terlihat cantik. Oleh karena itu mereka sangat membutuhkan produk dan jasa kecantikan maka akan menjadi peluang bagi para pembisnis dibidang kecantikan. Bisnis ini merupakan bisnis yang pangsa pasarnya tidak mengenal umur, siapa saja membutuhkannya mulai dari remaja hingga orang tua. Kondisi tersebut mendukung munculnya banyak klinik-klinik kecantikan yang menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan, khususnya kaum wanita.

Dengan begitu, seorang Muslimah diharapkan juga mampu menghadirkan kecantikan batin dalam kehidupannya. Karena siapapun yang melihatnya pasti bakal menyukai dan mengaguminya. Dan bagi para ulama, kecantikan lahir adalah bonus dari Allah SWT kepada sebagian orang yang dikehendaki-Nya. Oleh karena itu, Nabi SAW mengingatkan

mereka yang dikaruniai kecantikan oleh Allah SWT, agar lebih mempercantiknya dengan akhlak yang bagus. Pada konteks keimanan, kecantikan akhlak menjadi cerminan dari sifat-sifat terpuji, yang pada gilirannya akan membuatnya ikhlas dalam mencintai Allah SWT. Apapun yang dilakukan bernilai ibadah, termasuk di lingkup pembinaan keluarga sakinah. Setiap orang bisa saja berbeda pendapat tentang kriteria kecantikan, akan tetapi Islam telah menetapkan beberapa hal supaya kecantikan kekal dan sempurna. Intinya, puncak kecantikan menurut Islam berbanding lurus dengan ketakwaannya pada Allah SWT. Dengan takwa dan iman, dia selalu berusaha membentengi diri dari perbuatan hina, tercela dan maksiat, sebaliknya akan memperbanyak amal ibadah dan perbuatan terpuji.

Maka perawatan kecantikan pada saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang yang menginginkan kulit yang sehat, khususnya wanita yang menginginkan kecantikan yang sempurna. Gaya hidup kaum wanita pada saat ini menuntut untuk lebih memperhatikan penampilan, untuk itu perawatan kulit sangat penting bagi setiap orang. Perawatan kulit dan wajah merupakan salah satu kebutuhan utama wanita modern yang akan menunjang aktivitasnya. Kebutuhan ini begitu diperhatikan oleh perusahaan jasa pelayanan perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, sehingga bermunculan berbagai usaha klinik perawatan kulit dan wajah, terutama di kota-kota besar salah satunya di Kota Bandar Lampung.¹⁰ Dari seluruh klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung memiliki masalah umum yang mungkin selalu ada disetiap perusahaan yang bergerak di industri kecantikan, yaitu turunnya pertumbuhan jumlah konsumen setiap tahun salah satu penyebab turunnya jumlah konsumen adalah ketidakpuasan pelanggan terhadap produk dan jasa yang

¹⁰ Sukotjo, H., & Radix, S. 2010. Analysis-7P Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place, Participant, Process and Physical Evi-dence) against product purchase decision Teta Beauty Clinic. *Journal of economics and business management*, 216-228

ditawarkan atau dengan hadirnya klinik kecantikan yang baru, data yang di dapat adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data jumlah konsumen dan persentase pertumbuhan klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung

Klinik kecantikan	Jumlah konsumen/Tahun			Total	Persentase/Tahun			pertumbuhan	
	2018	2019	2020		2018	2019	2020	2019	2020
Natasha Skin Care	8373	10345	11868	30585	27.37%	33.82%	38.80%	6.45%	4.98%
Amora Skin Clinic	10345	13567	15876	39788	26.00%	34.10%	39.90%	8.10%	5.80%
Klinik Kecantikan Puspita	8232	11176	13524	32932	25.00%	33.94%	41.07%	8.94%	7.13%
Aira Skin Clinic	10987	14569	17232	42788	25.68%	34.05%	40.27%	8.37%	6.22%

Sumber: diolah oleh penulis 2022

Dari data Tabel 1.1 ditunjukkan bahwa ternyata dari tahun 2018 sampai 2020 Klinik Kecantikan mengalami kenaikan Jumlah konsumen, namun mengalami penurunan pertumbuhan dari setiap tahunnya. Penurunan yang terjadi pada tahun 2019 ke 2020 Natasha Skin Care sebesar 1.47%, Amora Skin Clinic sebesar 2.30%, Klinik Kecantikan Puspita sebesar 1,81% dan Aira Skin Clinic sebesar 2,15%. Hal seperti ini juga dialami oleh perusahaan klinik kecantikan lainnya yang menjadi objek penelitian. Penurunan pertumbuhan ini dipengaruhi oleh semakin banyaknya kompetitor yang ikut meramaikan pasar klinik kecantikan. Setiap tahunnya usaha perusahaan klinik kecantikan ini semakin berkembang dan semakin banyak menarik konsumen.

Terdapat Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi konsumen, melalui kualitas pelayanan seorang

konsumen dapat memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen. Seorang pelanggan yang loyal memiliki prasangka spesifik mengenai apa yang akan di beli dan dari siapa dia membeli. Dengan adanya kepuasan oleh kualitas pelayanan maka akan memunculkan preferensi bagi konsumen untuk konsumen Kembali memakai jasa tersebut di klinik kecantikan.

Berbagai produk kosmetik yang ada di pasar pada saat ini baik pemasaran di super market, mall, pemasaran di media sosial, media elektronik, di klinik kecantikan seharusnya mempunyai legalitas yang ditentukan dan kemanfaatan serta tingkat keamanan dalam pemakaiannya. Produk tersebut mempunyai legalitas yang sudah teregistrasi di Balai Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM), tidak membahayakan kulit saat pemakaiannya. Perlindungan konsumen terhadap keamanan dan kemanfaatan produk merupakan isu yang cukup penting, karena kosmetika sudah merupakan produk kebutuhan sehari-hari. Legalitas produk klinik kecantikan yang sudah mempunyai izin edar dari BPOM RI merupakan perlindungan dan keamanan bagi konsumen. Pilihlah kosmetika yang telah memiliki izin edar berupa notifikasi dari Badan POM. Dari pengetahuan tersebut maka kualitas produk sudah tidak perlu diragukan untuk preferensi konsumen membeli ulang produk tersebut, konsumen mempunyai hak untuk memilih pilihannya yang terbaik.

Berikut adalah data produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung:

Tabel 2.1**Data produk dan pelayanan diklinik kecantikan**

No.	Jenis Produk	Type
1.	Cleanser	Brightening, acne, flek
2.	Sabun Wajah	Brightening, acne, flek
3.	Toner	Brightening, acne, flek
4.	Serum	Brightening, acne, flek
5.	Krim pagi/siang	Brightening, acne, flek
6.	Krim malam	Brightening, acne, flek
7.	Iritasi	
8.	Bedak	Padet, tabur
9.	Lotion Body	
10.	Shampoo, Masker, Milk bath	
No.	Jenis pelayanan	
1.	Konsultasi Dokter	
2.	Facial	
3.	Feeling	
4.	Ekstrasi Komedo	

Sumber: Klinik Kecantikan, 2022

Kemudian ketersediaan fasilitas yaitu sebuah kebutuhan yang telah disediakan oleh klinik kecantikan supaya pelanggan merasakan kenyamanan dan pelanggan mempunyai persepsi akan nilai serta keyakinan mereka pada klinik kecantikan yang di kunjungi. Klinik kecantikan tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual. Suasana klinik dapat digambarkan sebagai suasana umum di mana semua ketersediaan fasilitas yang telah diberikan akan saling berkaitan . Suasana klinik dapat mempengaruhi minat dan persepsi/preferensi konsumen. Penataan yang perlu seperti

dekorasi klinik, bentuk produk, paket perawatan, penyajian produk di dalam klinik, warna, pencahayaan, ventilasi, aroma, musik, penampilan perwakilan penjualan dan sikap mereka terhadap konsumen yang mengunjung klinik kecantikan.

Saat ini perawatan di klinik kecantikan kulit wajah untuk tindakan medis dilakukan langsung oleh ahli medis (dokter). Untuk keluhan yang lebih ringan seperti facial wajah dan memberikan obat anti acne atau obat pencerah kulit dilakukan oleh ahli kecantikan (beautician) dengan pengawasan dokter. Disebutkan salah satu keluhan yang paling krusial dibidang kedokteran estetika adalah masalah kompetensi, karena kedokteran estetika ini melibatkan berbagai disiplin ilmu dari beberapa bidang spesialisasi kedokteran. Keinginan pelanggan untuk tampil lebih cantik, selalu awet muda menjadi penting bagi dokter estetika untuk memberikan pelayanan maksimal sesuai kompetensi yang dimiliki.¹¹

Dimana setiap klinik kecantikan memiliki keunggulan yang berbeda. Begitupula dengan klinik-klinik kecantikan yang ada di Kota Bandar Lampung yang mempunyai kelebihan antara lain menawarkan konsep baru yang mengintegrasikan estetika dengan memberikan perawatan anti penuaan di setiap pelayanan yang kami tawarkan sehingga dapat mencegah proses penuaan sejak dini. Di klinik-klinik kecantikan pelanggan akan ditawarkan dengan integerasi estetika yang mengandalkan kepakaran dari seluruh staff mulai dari receptionist, beauty therapy dan tim dokter yang ahli dalam melayani dengan kemampuan, ketrampilan dan sikap positif. Pada klinik-klinik kecantikan dengan menggunakan kemajuan teknologi, ozon dapat diciptakan dengan alat yang disebut generator ozon, sehingga sekarang penggunaan ozon semakin luas dalam kehidupan manusia. Sejak ditemukannya gas ozon, penelitian tentang penggunaan gas ozon dalam kehidupan manusia berkembang pesat, mulai bidang industri,

¹¹ Kamiluddin. 2020. "Model Loyalitas Pelanggan Klinik Kecantikan". Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 21 No. 2, 2020, 174-190

sterilisasi air minum, sampai bidang kesehatan.¹²

Beberapa klinik kecantikan yang sekarang banyak dijumpai di wilayah ibukota adalah klinik kecantikan yang mengkombinasikan pelayanan kecantikan wajah maupun tubuh, dan konsultasi kesehatan kulit, serta pelayanan tambahan seperti spa. Produk perawatan dari klinik kecantikan yang dikenal umum adalah facial. Perawatan facial adalah sebuah prosedur yang melibatkan berbagai perawatan kulit, termasuk: penguapan, pengelupasan, ekstraksi, krim, lotion, penggunaan masker, dan pemijatan. Biasanya dilakukan di salon kecantikan tetapi juga dapat ditemukan di berbagai perawatan spa.¹³

Dalam usaha untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mempunyai berbagai strategi pemasaran yang tepat dan efektif, salah satunya dengan menghasilkan produk dan memberikan pelayanan atau jasa yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumennya, perusahaan dapat menghasilkan produk dan pelayanan yang tepat sesuai juga dengan perspektif bisnis islam yang diinginkan oleh konsumen yaitu seperti kualitas produknya halal dan pelayanannya secara ramah sesuai dengan syariat islam. Apabila perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen, diharapkan konsumen akan merasa puas dan menjadi preferensi.

Dalam perspektif bisnis, bisnis kecantikan merupakan serangkaian bisnis yang menawarkan berbagai bentuk produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan akan perawatan kecantikan yang digunakan untuk mempercantik dan

¹² Rischa Merinda Nurmalsari. 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan KlinikKecantikan Profira di Surabaya". Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol.2 No.1 (2013)

¹³ Novian Wibowo dan Andreas Pandu S. 2013. "Perancangan Interior Klinik Kecantikan Berbasis Eco-Design di Surabaya". JURNAL INTRA Vol. 1, No. 2, (2013) 1-8

meningkatkan penampilan. Kegiatan bisnis merupakan kegiatan muamalah yang mana umat Islam dalam berbagai aktivitasnya harus selalu berpegang dengan norma-norma ilahiyah. Kewajiban berpegang dengan norma-norma ilahiyah adalah sebagai upaya untuk melindungi hak-hak masing-masing pihak dalam bermuamalah. Secara singkat, prinsip-prinsip muamalah yang telah diatur dalam hukum Islam tertuang dan terangkum dalam kaidah dan prinsip-prinsip dasar fikih muamalah, yaitu

الأَصْلُ فِي الشُّرُوطِ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْجِلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”¹⁴

Tentu saja persoalan seperti ini sangat perlu diperhatikan karena di dalam muamalah jual beli dan jasa (ijarah) dilakukan dari sisi rukun dan syarat haruslah memiliki manfaat yang mubah (boleh) menurut syara’ dan bukan hal yang dilarang.

Dalam Islam melalui ayat Al-Qur’an Surat al-Imran ayat 159 memberikan pedoman bagi pelaku usaha agar berlemah lembut (memuaskan) kepada obyek dakwah (customer/pelanggan).

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

¹⁴ Dzajuli, Kaidah-Kaidah Fikih (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), hlm. 130.

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.”¹⁵

Pada ayat di atas menjelaskan dengan sifat al-Qur'an yang merupakan tuntunan universal yang berlaku sepanjang jaman, perilaku tersebut dapat pula diterapkan untuk menghadapi berbagai persoalan lain termasuk dalam hal melayani konsumen. Pelayanan prima atau service exelent yang dirumuskan oleh praktisi ekonomi sebenarnya jauh sebelum itu telah dipaparkan secara gamblang dalam al-Qur'an. Perintah bersikap ramah dan berkata lemah-lembut begitu ditentakan untuk memenangkan hati konsumen. Sesuai fitrah manusia yang suka dengan pujian dan keramah-tamahan membuat dua poin tersebut menjadi kunci merebut hati konsumen.¹⁶

Di Kota Bandar Lampung terdapat beberapa klinik kecantikan yang sudah terkenal menjalankan bisnis ini diantaranya adalah:

¹⁵ Kemenag RI, “Qur'an Kemenag” *Quran.Kemenag.go.id*, [http://qur'an.kemenag.go.id/sura/Al Imran/159](http://qur'an.kemenag.go.id/sura/Al%20Imran/159). Diakses pada 14 Januari 2023 Pukul 10.24 WIB

¹⁶ Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen dalam Prespektif Islam*, (Cilacap: Pustaka El-bayan, 2012), hlm. 150.

Tabel 1.3

Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung

No.	Nama Klinik Kecantikan
1.	Klinik Kecantikan Puspita
2.	Amora Skin Clinic
3.	Aira Skin Clinic
4.	Bening's Clinic
5.	Natasha Skin Care
6.	Limonia Beauty Center
7.	Esther House Of Beauty
8.	Klinik Kartika Aesthetic
9.	Rumah Cantik Aeesha
10.	Erha Skin Klinik
11.	Sumia Aesthetic Clinic
12.	Athena Lampung
13.	Kristie Aesthetic
14.	Arsy Skin Aesthetic Klinik
15.	Kusuma Beauty Clinic
16.	Navagreen Bandar Lampung

Kemudian masih banyak lagi klinik-klinik kecantikan yang tidak terkenal dan baru muncul didunia bisnis klinik kecantikan ini yang ada di Kota Bandar Lampung. Klinik ini mengeluarkan produknya sendiri dengan komposisinya sendiri kemudian juga terdapat pelayanan dan kelengkapan alat untuk treathment di klinik kecantikan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KETERSEDIAAN FASILITAS, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN KLINIK KECANTIKKAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada**

Konsumen Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung).

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Ada konsumen yang berminat membeli produk skincare dan treatment untuk kebutuhan merawat dirinya di satu klinik kecantikan, namun juga ada konsumen yang bercabang untuk membeli produk skincare atau treatment di klinik kecantikan lainnya.
2. Meskipun produk dan jasa yang ditawarkan oleh klinik kecantikan terhadap konsumen sudah sangat baik, namun masih ada konsumen yang merasa ketidakpuasan.
3. Dengan harga yang disediakan terjangkau/ekonomis oleh klinik kecantikan, namun ada konsumen yang masih ragu karna nantinya akan mendapatkan kualitas yang kurang baik.

Berdasarkan identifikasi tersebut permasalahan yang diajukan berdasarkan uraian diatas, peneliti membatasi permasalahan dengan hanya menggunakan beberapa faktor, yaitu: Pengaruh Fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi konsumen klinik kecantikan. Penelitian ini hanya fokus pada konsumen yang berpelanggan di klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung konsumen sudah menggunakan/memakai produk dan jasa klinik kecantikan lebih dari 3 tahun.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah ketersediaan fasilitas berpengaruh secara persial terhadap preferensi konsumen pada klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap preferensi konsumen pada klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap preferensi konsumen pada klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung?
4. Bagaimana ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap preferensi konsumen pada klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung dalam perspektif bisnis islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, berikut tujuan penelitian yang ingin dicapai:

1. Untuk menganalisis ketersediaan fasilitas berpengaruh secara persial terhadap preferensi konsumen pada klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung.
2. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap preferensi konsumen pada klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung.
3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap preferensi konsumen pada klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung.
4. Untuk menganalisis ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan pada klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung secara simultan terhadap preferensi konsumen dalam perspektif bisnis islam.

F. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pasti akan memperoleh hasil yang diharapkan dapat memberi manfaat dari penulis atau peneliti maupun pihak lain yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian mengenai Pengaruh Ketersediaan Fasilitas, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Preferensi Konsumen Klinik Kecantikan Dalam Perspektif Bisnis Islam diharapkan dapat berguna bagi penelitian-penelitian dengan tema yang sama atau relevan sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan manajemen bisnis syariah.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama menempuh studi manajemen bisnis syariah ke dalam karya ilmiah secara nyata. Selain itu peneliti dapat mengetahui permasalahan dalam fasilitas dan kualitas yang ada di manajemen bisnis syariah khususnya di bidang manajemen pemasaran.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa lain ataupun seluruh kalangan yang membutuhkan referensi pada bidang ini, dan menjadi alternatif untuk penelitian lain terutama dibidang ekonomi dan bisnis yang khususnya berkaitan dengan ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh pada preferensi konsumen klinik kecantikan.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru mengenai fasilitas dan kualitas khususnya dalam pemasaran.

Penelitian ini dapat memberi pengetahuan kepada masyarakat tentang pengaruh ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi konsumen klinik kecantikan dengan studi yang dekat dengan masyarakat.

c. Manajemen Bisnis Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau referensi (sumber) kepada

manajemen bisnis syariah pada umumnya untuk meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran.

- d. Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bacaan yang menambah wawasan dan informasi serta dapat menambah koleksi dokumentasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

G. Kajian Penelitian terdahulu yang Relevan (Studi Pustaka)

Banyak penelitian di Indonesia yang sudah membahas tentang Klinik Kecantikan salah satunya tentang peningkatan pelanggannya disebut bisnis yang sudah di jalankan, tetapi dalam setiap penelitian terdapat ciri atau karakteristik yang berbeda-beda seperti pada objek, subjek, teori maupun metode penelitian yang digunakan. Karena terdapat perbedaan maka hasil yang di dapatkan juga merupakan suatu data yang baru atau belum pernah ada sebelumnya karena perbedaan tersebut.

1. Penelitian Amelia Septian Aryanti, AMA Suyanto dengan judul “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan 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 dengan mengisi kuesioner. Menggunakan analisis Structural

Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan program software LISREL 8.80. Hasil dari analisis penelitian ini adalah menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek memberikan hasil positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan juga memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.¹⁷

2. Penelitian Rischa Merinda Nurmalasari dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Profira Di Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh service quality terhadap customer satisfaction di Klinik Kecantikan Profira di Surabaya. Teknik pengambilan sampel non probability sampling. Metode pengolahan data yang digunakan adalah model regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji t-values dengan program windows SPSS 18.0. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh dan hubungan positif yang signifikan sebesar 0,741 antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Kecantikan Profira Surabaya. Kualitas pelayanan mengarah positif karena berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan Profira di Surabaya.¹⁸
3. Penelitian Ike Apriliani dan Muhammad Edwar dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

¹⁷ Amelia Septian Aryamti, AMA Suyanto. 2019. “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Analysis Of Product Quality, Service Quality And Brand Image On Customer Satisfaction Clinic Beauty And Effect On Customer Loyalty”. e-Proceeding of Management : Vol.6, No.1 April 2019

¹⁸ Rischa Merinda Nurmalasari. 2013. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Profira di Surabaya”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No.1 (2013)

Pelanggan Di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian”. Penelitian ini menggunakan instrument berupa angket dan sampel sebanyak 178 responden dalam penelitian ini disimpulkan adanya pengaruh secara simultan dan parsial antara tangible/bukti fisik, reliability/keandalan, assurance/jaminan, emphaty/empati, responsiveness /daya tanggap terhadap loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian. Jenis penelitian ini adalah kausal dan data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif. Penelitian yang dilakukan berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa:

Tangible/bukti fisik berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian, Reliability/keandalan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian, Assurance/jaminan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian, Emphaty/empati berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian, Responsiveness/daya tanggap berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian.¹⁹

4. Penelitian Tri Lestira Putri Warganegara, Devi Alviyani dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi”. Tujuan dalam

¹⁹ Ike Apriliani Dan Muhammad Edwar. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian”. Jurnal Universitas Negeri Surabaya

penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan. Sampel pada penelitian adalah konsumen pada klinik kecantikan puspita cabang kota bumi yang berjumlah 100 orang responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan puspita cabang kota bumi, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan puspita cabang kota bumi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan puspita cabang kota bumi.

5. Penelitian Eugenia Andrea Dennisa dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel menggunakan teknik non probability sampling, yaitu pernah membeli produk/menggunakan jasa Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang. Pengumpulan data diperoleh dari 150 pelanggan klinik Kecantikan Cosmedic Semarang dengan memberikan kuesioner. Metode analisis adalah Uji Maximum Likelihood yang menggunakan program Amos versi 21.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan. Kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Serta kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.²⁰

6. Penelitian Rosi Nur Afifah dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang)”. Penelitian ini bermaksud menganalisa hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, sebagai objek penelitian adalah konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan klinik kecantikan kulit secara parsial dan simultan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan teknik purposive sampling terhadap 75 orang responden yang sudah pernah menggunakan jasa Larissa Aesthetic Center minimal 2 kali dan berusia minimal 18 tahun. Kriteria ini dipilih karena responden yang telah melakukan perawatan minimal sebanyak 2 kali dianggap telah menjadi pelanggan setia yang telah sering melakukan perawatan Larissa Aesthetic Center cabang Semarang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah regresi

²⁰ Eugenia Andrea Dennisa. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). Skripsi Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2016.

berganda yang terlebih dahulu diuji dengan validitas dan reliabilitas.

Dari hasil analisis menggunakan regresi berganda dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Promosi (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y1), Kepuasan Konsumen (Y1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2). Kualitas Produk (X1), dan Promosi (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) Larissa Aesthetic Center cabang Semarang. Dan dari hasil penelitian ini juga diketahui bahwa variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh dalam memediasi antara Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan (Y2), Kualitas Pelayanan (X2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y2), Promosi (X3) dengan Loyalitas Pelanggan (Y2).²¹

7. Penelitian Teodora Delicha Onakoto dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Tarif Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Perawatan Kecantikan (Kasus Pada Perawatan Kecantikan Larissa Jln. C Simanjuntak No. 78 Yogyakarta)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen (2) pengaruh tarif terhadap kepuasan konsumen. (3) pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen (4) pengaruh fasilitas, tarif dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Penelitian ini dilakukan dengan kasus pada member perusahaan perawatan kecantikan Larissa. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden. Populasi penelitian ini adalah seluruh member Larissa. Sampel yang di teliti

²¹ Rosi Nur Afifah. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang). Skripsi Universitas Diponegoro Semarang Pada Tahun 2014.

sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling method (simple random sampling). Uji Validitas menggunakan teknik korelasi Product Moment dan Uji Reliabilitas menggunakan Cornbach's Alpha. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis presentase, analisis regresi linear berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji t, Uji F. Berdasarkan data yang di peroleh, hasil analisis data menunjukkan bahwa : (1) fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (2) tarif tidak berpengaruh terhadap kepuasn konsumen (3) pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (4) fasilitas tarif dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.²²

8. Penelitian Agatha Risma Widyastati Purwanto dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Natasha Skin Care Madiun”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Natasha Skin Care Madiun. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Natasha Skin Care Madiun. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling , data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden secara offline. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) menggunakan aplikasi SmartPLS 3.2.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, 2) kepercayaan

²² Teodora Delicha Onakoto. 2009. Pengaruh Fasilitas, Tarif Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Perawatan Kecantikan (Kasus Pada Perawatan Kecantikan Larisa Jln. C Simanjuntak No. 78 Yogyakarta). Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2009.

pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, 3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, 4) kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, 5) kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.²³

9. Penelitian Meriska Rahayu Anggarani dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra merek Dan Promosi Terhadap Kepuasanpelanggan Klinik Shofia Griya Ayu Rembang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan klinik Shofia Griya Ayu Rembang. Sampel penelitian sebanyak 83 responden yang merupakan pelanggan Klinik Shofia Griya Ayu Rembang. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, citra merek dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Shofia Griya Ayu Rembang. Koefisien determinasi menyebutkan bahwa 75,2% kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, citra merek dan promosi dan sisanya sebesar 24,8% kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel lain.²⁴

10. Penelitian Dhena Dinaya Supit dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan

²³ Agatha Risma Widyastati Purwanto. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Natasha Skin Care Madiun. Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta Pada Tahun 2021.

²⁴ Meriska Rahayu Anggarani. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citramerek Dan Promosi Terhadap Kepuasanpelanggan Klinik Shofia Griya Ayu Rembang. Skripsi Universitas Semarang Pada Tahun 2019.

(Studi Pada Pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan pada pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta, (2) pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan pada pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta, (3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan pada pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta, dan (4) pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan pada pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan perawatan atau menggunakan produk dari Naavagreen Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 200 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan pada pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta (t hitung = 3,560; nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi = 0,195); (2) terdapat pengaruh positif persepsi harga terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan pada pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta (t hitung = 2,950; nilai signifikansi $0,004 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,181); (3) terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan pada pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta (t hitung = 54,034; nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,278); dan (4)

terdapat pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan pada pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta (F hitung = 51,377; signifikansi = $0,000 < 0,05$).²⁵

11. Penelitian Keti Satiya dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Wanita Pada Klinik Kecantikan Zidya Pratama Pekanbaru”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Harga, Pelayanan, kualitas Produk dan Promosi Penjualan berpengaruh secara parsial maupun simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Wanita pada Klinik Kecantikan Zidya Pratama Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan wanita pada Klinik kecantikan Zidya Pratama Pekanbaru dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan penentuan sampel menggunakan rumus slovin 5% dengan jumlah sampel 155 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel (Harga, Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Penjualan) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Wanita pada Klinik Kecantikan Zidya Pratama Pekanbaru. Secara simultan variabel independen (Harga, Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan) pada Klinik Kecantikan Zidya Pratama Pekanbaru. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 54,2% Harga, Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

²⁵ Dheni Dinaya Supit. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan (Studi Pada Pelanggan Naavagreen Di Kota Yogyakarta). Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta Pada Tahun 2014.

sementara sisanya sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.²⁶

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa adanya perbedaan dan variasi variabel pada penelitian sebelumnya di jadikan sebagai alasan penulis guna melaksanakan pengamatan ulang untuk mendapatkan perolehan yang berbeda dan terbaru. Penelitian ini juga bertujuan untuk melengkapi atau menyempurnakan penelitian sebelumnya.

Atas dasar rujukan penelitian diatas yang dijadikan sebagai bahan acuan dan pembanding serta penguat penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Ketersediaan Fasilitas, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Konsumen Klinik Kecantikan Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan Di Kota Bandar Lampung)”. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan adalah jumlah variabel independent yang diteliti, sampel, objek penelitian. Penulis menggunakan variabel x yang berbeda yaitu Ketersediaan Fasilitas, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. Preferensi Konsumen Klinik Kecantikan sebagai variabel y, serta objek penelitian yang dilakukan penulis adalah konsumen klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung. Kemudian menggunakan aplikasi SmarPLS 3 sebagai aplikasi untuk menguji dan menganalisis sebuah data/responden yang sudah dikumpulkan oleh peneliti sebanyak sampel yang telah didapatkan oleh peneliti.

²⁶ Keti Satiya. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Wanita Pada Klinik Kecantikan Zidya Pratama Pekanbaru Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pada Tahun 2020.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari lima bab, berikut penulis jabarkan unta sistematika tersebut:

1. Bagian Awal

Bagian awal pada skripsi *cover* skripsi, halaman sampul, halaman abstrak, halaman pernyataan orasionalitas, halaman persetujuan, halaman pengesahan, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran.

2. Bagian Substansi (Inti)

Pada bagian inti skripsi terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Pada bab ini berisi teori-teori mengenai fasilitas klinik kecantikan, kualitas produk, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, kerangka teoritik dan hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab berikut meliputi tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrument penelitian, uji validitas dan uji reliabilitas serta uji hipotesis

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

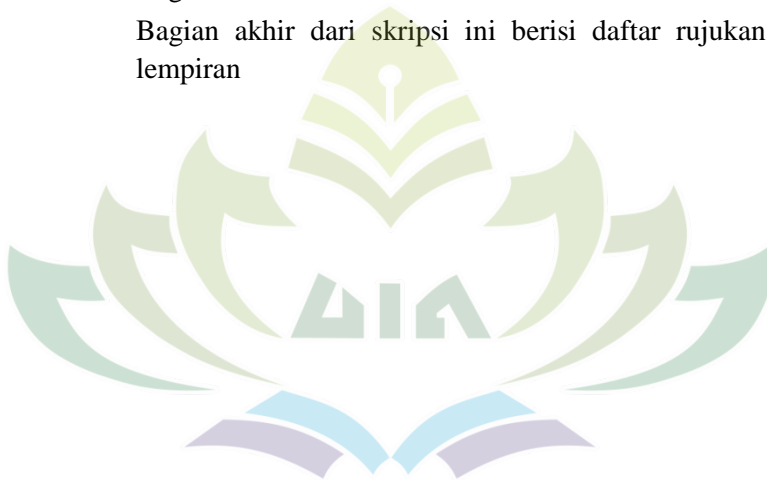
Pada bab ini nantinya akan berisi tentang deskripsi data, pembahasan hasil penelitian dan analisis

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, dan memberikan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya

3. Bagian Akhir

Bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar rujukan dan lempiran



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ketersediaan fasilitas secara persial tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung. Hal ini di buktikan dengan nilai t-statistik $0,596 < 1,96$ dan P-value $0,551 > 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut berarti hipotesis pertama tidak didukung.
2. Kualitas produk secara persial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung. Hal ini di buktikan dengan nilai t-statistik $2,475 > 1,96$ dan P-value $0,014 < 0,05$. Kemudian berdasarkan hasil dari nilai *original sampel* (O) 0,344. Berdasarkan hasil tersebut berarti hipotesis kedua didukung.
3. Kualitas pelayanan secara persial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung. Hal ini di buktikan dengan nilai t-statistik $3,712 > 1,96$ dan P-value $0,000 < 0,05$. Kemudian berdasarkan hasil dari nilai *original sampel* (O) 0,440. Berdasarkan hasil tersebut berarti hipotesis ketiga didukung.
4. Ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam perspektif bisnis islam. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *R-Square* preferensi konsumen adalah 0,568, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel ketersediaan fasilitas, kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabilitas konstrak preferensi konsumen sebesar 57%, dan sisanya sebesar 43% diterangkan oleh konstrak lainnya diluar

yang diteliti dalam penelitian ini. Kemudian dalam perspektif bisnis islam di perlukan ketika para lelaki dan wanita ingin mengunjungi klinik kecantikan mengutamakan kebutuhan konsumen dan mencari kenyamanan pada tempat tersebut dimana ketersediaan fasilitas yang baik dan memenuhi, kualitas produk yang terjamin dan kualitas pelayanan yang baik dan ramah. Maka disini dapat menjadi peluang bisnis dalam perspektif bisnis islam yang mana banyak dibutuhkan oleh para konsumen yang menggunakan produk dan jasa kecantikan untuk memperindah diri.

B. Rekomendasi

Pokok pikiran yang dapat dijadikan rekomendasi dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademisi selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan atau perbandingan dalam penelitian selanjutnya, serta dapat memperkaya penelitian sejenis dengan menambahkan beberapa variabel diluar penelitian ini. Juga diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber ataupun referensi terkait dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki koefisien determinasi sebesar 57% maka kedepannya perlu untuk dilakukan penelitian selanjutnya dengan memasukkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner dan terbatas pada konsumen klinik kecantikan di Kota Bandar Lampung. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mampu mencari sampel pada konsumen klinik kecantikan di tempat lain atau bahkan berada dikota dan provinsi lain.
2. Bagi pembisnis klinik kecantikan yang ada di Kota Bandar Lampung, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam regulasi kebijakan terhadap ketersediaan fasilitas, kualitas produk, kualitas

pelayanan dan preferensi konsumen pada para pembisnis klinik kecantikan.

3. Bagi kosumen yang menggunakan produk dan jasa klinik kecantikan, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan evaluasi ketersediaan fasilitas, kualitas produk, kualitas pelayanan dan preferensi konsumen yang mereka lakukan sehingga dapat membantu mereka dalam meningkatkan konsumen.
4. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti dengan memahami lebih mengenai variabel-variabel dan indikator yang berpengaruh pada preferensi konsumen.



DAFTAR RUJUKAN

Buku:

- Data, T. P. (2015). Instrumen Penelitian. Kisi-kisi Instrumen. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, *ibid* h. 758.
- Fathul Aminudin Aziz, Manajemen dalam Prespektif Islam, (Cilacap: Pustaka El-bayan, 2012), hlm. 150.
- H. Abdullah Siddik S.H, *asas-Asas Hukum Islam*. (Jakarta: PT Bumi Restu. 1982)
- Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakim Sula, Syariah Marketing (Bandung: Mizan, 2006), hal 120.
- Jogiyanto Hartono and Willy Abdillah.2009. Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris. (Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM, 2009).
- Kotler dan Armstrong, 1996
- Kotler, philip .2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo
- Leon Andretti Abdillah, dkk, “Metodologi Penelitian dan Analisis Data Comprehensive,” (Cirebon: Insania, 2021), Hlm. 183
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Erlangga: Jakarta
- Lupioyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Oliver dalam Uncle, Rowling, dan Hammond, 2003
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and*

Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Wijaya, 2001:152

Yusuf Qhardawi, *Fikih, Zakah*. Muassat Ar-Risalah, Cet II Bairut Libanon, 1408 H/1998 Terjemah Didin Hafifudin

Jurnal:

Amelia Septian Aryanti, AMA Suyanto. 2019. “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Analysis Of Product Quality, Service Quality And Brand Image On Customer Satisfaction Clinic Beauty And Effect On Customer Loyalty”. e-Proceeding of Management : Vol.6, No.1 April 2019

Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W. (2005). *Consumer Behavior*, 10th ed., South Western College Publishing, Cincinnati, Ohio

Eugenia Andrea Dennisa, Suryono Budi Santoso. 2016. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)”. DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016, Halaman 1-13

Ike Apriliani Dan Muhammad Edwar. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian”. Jurnal Universitas Negeri Surabaya

Kamiluddin. 2020. “Model Loyalitas Pelanggan Klinik Kecantikan”.

Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 21 No. 2, 2020, 174-190

Novian Wibowo dan Andreas Pandu S. 2013. "Perancangan Interior Klinik Kecantikan Berbasis Eco-Design di Surabaya". JURNAL INTRA Vol. 1, No. 2, (2013) 1-8

Rischa Merinda Nurmalasari. 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Profira di Surabaya". Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol.2 No.1 (2013)

Sukotjo, H., & Radix, S. 2010. Analysis-7P Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place, Participant, Process and Physical Evidence) against product purchase decision Teta Beauty Clinic. Journal of economics and business management, 216-228

Tri Lestira Putri Warganegara, Devi Alviyani. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi". Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB) Vol. 1, No. 2, Oktober 2020

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston.

Dzajuli, Kaidah-Kaidah Fikih (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), hlm. 130.

Panggih Pangestu. 2017. "Engaruh Preferensi Konsumen Terhadap Makanan Dan Minuman Pada Kantin Halalan Thayyiban Universitas Brawijaya Malang". Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang.

Skripsi:

Agatha Risma Widyastati Purwanto. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Natasha Skin Care Madiun. Skripsi Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta Pada Tahun 2021.

- Dhena Dinaya Supit. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan (Studi Pada Pelanggan Naavagreen Di Kota Yogyakarta). Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta Pada Tahun 2014.
- Eugenia Andrea Dennisa. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). Skripsi Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2016.
- Keti Satiya. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Wanita Pada Klinik Kecantikan Zidya Pratama Pekanbaru Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pada Tahun 2020.
- Meriska Rahayu Anggarani. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citramerek Dan Promosi Terhadap Kepuasanpelanggan Klinik Shofia Griya Ayu Rembang. Skripsi Universitas Semarang Pada Tahun 2019.
- Rikky. 2020. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam. Skripsi Universitas Putera Batam Tahun 2020
- Rosi Nur Afifah. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang). Skripsi Universitas Diponegoro Semarang Pada Tahun 2014.
- Teodora Delicha Onakoto. 2009. Pengaruh Fasilitas, Tarif Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumenpada Perusahaan Perawatan Kecantikan (Kasus Pada Perawatan Kecantikan Larisa Jln. C Simanjuntak No. 78 Yogyakarta). Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2009.

Sumber Online:

Agung Sasongko. 2019. “Kecantikan Dalam Islam”. Dialog Jumat Republika, jumat 01 Feb 2019 04.51 WIB

Kemenag RI, “Qur’an Kemenag” *Quran.Kemenag.go.id*, [http://qur'an.kemenag.go.id/sura/Al Imran/159](http://qur'an.kemenag.go.id/sura/Al%20Imran/159). Diakses pada 14 Januari 2023 Pukul 10.24 WIB

Kemenag RI, “Qur’an Kemenag” *Quran.Kemenag.go.id*, [http://qur'an.kemenag.go.id/sura/At Taghabun/3](http://qur'an.kemenag.go.id/sura/At%20Taghabun/3). Diakses pada 8 September 2022 Pukul 19.39 WIB

Kemenag RI, “Qur’an Kemenag” *Quran.Kemenag.go.id*, [http://qur'an.kemenag.go.id/sura/Ar Rahman/70](http://qur'an.kemenag.go.id/sura/Ar%20Rahman/70). Diakses pada 8 September 2022 Pukul 19.39 WIB

Kemenag RI, “Qur’an Kemenag” *Quran.Kemenag.go.id*, [http://qur'an.kemenag.go.id/sura/Al Ahzab/52](http://qur'an.kemenag.go.id/sura/Al%20Ahzab/52). Diakses pada 8 September 2022 Pukul 19.39 WIB

