

Perumusan strategi retensi pelanggan klinik kecantikan menggunakan SEM dan TOPSIS = Beauty clinic customer retention strategy formulation with SEM and TOPSIS

Raziqin Fadhil Rashid, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525484&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring dengan perkembangan industri kecantikan secara global maupun di Indonesia, persaingan antara klinik kecantikan terus meningkat. Retensi pelanggan merupakan unsur yang penting bagi klinik kecantikan dalam meningkatkan loyalitas, serta meningkatkan keuntungan yang didapat agar dapat bersaing dan bertahan dalam industri. Klinik kecantikan yang menjadi objek penelitian ini menghadapi kesulitan dalam meyakinkan pelanggan untuk melakukan repurchase perawatan kecantikan. Variabel laten yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan repurchase diteliti dalam penelitian ini menggunakan metode structural equation modeling untuk menguji hubungan antara kualitas layanan, nilai pengalaman, dan intensi repurchase. Variabel yang ditemukan berpengaruh secara signifikan dalam keputusan pelanggan melakukan repurchase digunakan sebagai indikator penentuan prioritas strategi untuk meningkatkan retensi pelanggan menggunakan metode technique of order of preference by similarity to ideal solution.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, ditemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap intensi repurchase, dengan sepuluh variabel terukur yang berasal dari lima dimensi SERVQUAL. Prioritas strategi dimulai dengan memberikan jaminan layanan, meningkatkan kualitas alat yang digunakan untuk perawatan, dan memperbaiki perilaku karyawan.

.....With the development of beauty industry globally and in Indonesia, the competition between beauty clinics is increasing. Customer retention is an important element for beauty clinic in increasing customer loyalty and increasing profit to compete and survive in the industry. The beauty clinic which is the object of this research is facing difficulties in convincing customer to repurchase beauty treatment. Latent variables that affect customer's decision to repurchase are analyzed using structural equation modeling to test the relationship between service quality, experiential value, and repurchase intention. Variables that are found to have a significant effect to customer's decision to repurchase are then used as indicators to decide strategy priority to increase customer retention using technique of order of preference by similarity to ideal solution method. Based on the findings of this research, it is found that service quality has a significant effect to repurchase intention, consisting of ten measured variables derived from five dimension of SERVQUAL. Strategy priority is started with giving service assurance, increasing quality of tools used for treatment, and improving employee behavior.