

## INTISARI

**Latar belakang:** Perkembangan klinik kecantikan, terutama di Jakarta semakin meningkat, sebagai akibat dari perubahan lingkungan kemampuan sosial dan peningkatan status ekonomi. Penampilan sudah menjadi kebutuhan primer, terutama bagi kaum wanita. Hal tersebut mendorong klinik kecantikan Nestetique 69 untuk selalu melakukan inovasi, supaya dapat bersaing dengan klinik kecantikan yang lain. Kondisi ini menuntut manajemen klinik untuk mengarahkan konsep pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan, akan memiliki loyalitas yang tinggi pada klinik kecantikan.

**Tujuan:** Tujuan umum : 1). Mengevaluasi produk dan kualitas layanan kecantikan terhadap kepuasan pelanggan di klinik kecantikan Nestetique 69; 2). Mengukur tingkat kepuasan pelanggan di klinik kecantikan Nestetique 69; 3). Melakukan evaluasi efektifitas strategi pemasaran di klinik kecantikan Nestetique 69. Tujuan khusus : 1). Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan klinik kecantikan Nestetique 69; 2). Mengidentifikasi ancaman dan peluang klinik kecantikan Nestetique 69; 3). Membuat usulan strategi pemasaran produk layanan kecantikan di klinik kecantikan Nestetique 69.

**Metode:** Penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus, dengan rancangan penelitian studi kasus tunggal terpancang. Penelitian ini dimulai dengan melakukan identifikasi kondisi lingkungan eksternal dan internal klinik kecantikan Nestetique 69 dengan survei, observasi, wawancara, serta pengamatan pada data sekunder. Hasil identifikasi ini selanjutnya dianalisis sehingga dihasilkan rencana pemasaran produk kecantikan (*product promotion plan*).

**Hasil dan Pembahasan:** Kuesioner yang digunakan meliputi 3 (tiga) kelompok pertanyaan yaitu pertanyaan untuk identifikasi data umum mengenai identitas responden sebanyak 10 pertanyaan, untuk melihat tanggapan responden terhadap kualitas layanan klinik kecantikan Nestetique 69 sebanyak 18 pertanyaan dan untuk melihat tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan Nestetique 69 sebanyak 16 pertanyaan. Hasil penelitian dilihat dari kepuasan pelanggan, pelanggan kurang menangkap informasi yang diberikan oleh dokter, perawat atau petugas administrasi. Dapat dipastikan bahwa penjelasan masih kurang dapat dipahami oleh pelanggan.

**Kesimpulan dan Saran:** Berdasarkan Pelanggan yang datang ke klinik kecantikan Nestetique 69 merupakan pegawai dengan penghasilan yang tetap dan mapan. Pelanggan sudah merasakan puas atas layanan kecantikan yang diberikan dan sudah loyal terhadap klinik kecantikan Nestetique 69. Dari hasil penelitian tersebut, dapat diberikan saran sebagai berikut : (1) Perluasan pasar; (2) Peningkatan kompetensi bagi pegawai; (3) Peralatan sekali pakai; (4) Penanganan keluhan pelanggan; (5) Tampilan fisik; (6) Variasi jenis pelayanan; (7) *reward*.

**Kata kunci:** Produk, pemasaran, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

## ABSTRACT

**Background:** Beauty clinic development, especially in Jakarta is increasing, as a result of environmental changes in social skills and improved economic status. Appearance has become a primary need, especially for women. It encourages beauty clinic Nestetique 69 to constantly innovate, in order to compete with other beauty clinic. This condition requires the clinical management to drive the concept of service-oriented on customer satisfaction. Customers who are satisfied with the services provided, will have a high loyalty to the beauty clinic.

**Objective:** General purpose : 1. Evaluate beauty products and quality service to customer satisfaction in the beauty clinic Nestetique 69; 2. Measure the level of satisfaction pelanggan beauty clinic Nestetique 69; 3. To evaluate the effectiveness of marketing strategies in beauty clinics Nestetique 69. Special purpose : 1. Identify the strengths and weaknesses of beauty clinic Nestetique 69; 2. Identify threats and opportunities Nestetique 69 beauty clinic; 3. Making the proposed product marketing strategies in beauty clinics beauty services Nestetique 69.

**Method:** This study uses a case study research design, with a single case study design spikes. This study begins with identifying the external environment and internal beauty clinic Nestetique 69 with surveys, observations, interviews, and observations on secondary data. The reason this is then analyzed to produce a marketing plan beauty products (product promotion plan).

**Result and Discussion:** The questionnaire used include three (3) groups of questions are questions for the identification of common data regarding the identity of respondents as many as 10 questions, to see the respondents to the quality of service beauty clinic Nestetique 69 a total of 18 questions and to see the respondents to customer satisfaction beauty clinic Nestetique 69 total 16 questions. Results of the study visits of customer satisfaction, customer less captures the information provided by doctors, nurses or administrators. It is certain that the explanation still not be understood by the customer.

**Conclusion and Recommendation:** Based Customers who came to the clinic beauty Nestetique 69 are employees with a fixed income and well-established. Customers already feel satisfied with the services provided and the beauty that has been loyal to the beauty clinic Nestetique 69. From these results, it can be given suggestions as follows: (1) expansion of the market; (2) Increased competence for employees; (3) Equipment Disposable; (4) Handling of customer complaints; (5) physical appearance; (6) Variations in the type of service; (7) reward.

**Key words:** Product, marketing, customer satisfaction and customer loyalty