

Abstrak

Kecantikan dianggap kebutuhan dan keharusan oleh sebagian besar wanita khususnya di kota-kota besar. Untuk itu klinik kecantikan kulit yang berbasis medis (*medicated skin care*) banyak berdiri di kota-kota besar. Hal ini terbukti dibandingkan dengan negara-negara di Eropa, negara-negara di Asia cenderung mengalami peningkatan jumlah klinik karena masyarakatnya lebih peduli akan kesehatan kulit. Peralihan merek merupakan pola pembelian konsumen yang tidak setia pada salah satu merek yang ditawarkan. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan perpindahan merek. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah kegagalan kualitas pelayanan, ketidaknyamanan serta harga yang tidak wajar. Pelayanan pada klinik kecantikan kulit meliputi produk yang dihasilkan, hasil perawatan (*outcome*), interaksi antara konsumen dan pihak kecantikan kulit dari awal konsumen datang sampai konsumen meninggalkan klinik dan kualitas lingkungan secara fisik diantaranya suasana, tempat dan pegawai klinik. Tiga dimensi ini menjadi dasar dari *service quality* sebagai variabel yang akan diteliti. Ketidaknyamanan meliputi lokasi penyedia jasa, jam operasional serta waktu tunggu untuk melakukan pelayanan. Untuk variabel harga meliputi kenaikan harga produk dan perawatan secara tiba-tiba. Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dari hasil analisis yang telah dilakukan harga yang tidak wajar adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap niat berpindah merek pada klinik kecantikan kulit Estetika Surabaya karena memiliki nilai beta paling besar yaitu 0,380.

Kata Kunci : Niat Berpindah Merek, Kegagalan Kualitas Pelayanan, Harga, Ketidaknyamanan