

ABSTRAK

Klinik Kecantikan Natasha merupakan pemimpin pasar di Indonesia, Klinik Kecantikan Natasha mendapatkan penghargaan *Top Brand* kategori Klinik Kecantikan di Indonesia tahun 2012. Klinik Kecantikan ini berorientasi pada pelanggan. Hal inilah yang menjadi latar belakang peneliti untuk melakukan penelitian mengenai *customer bonding* serta pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas serta tipe loyalitas yang tercipta dari penerapan *customer bonding* pelanggan Klinik Kecantikan di Kota Bandung.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode asosiasi kausal dengan mengikutsertakan 100 responden sebagai objek penelitian. Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana *financial bonding*, *social bonding*, dan *structural bonding* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Variabel yang diteliti adalah *financial bonding*, *social bonding*, dan *structural bonding* sebagai variabel independen dan kepuasan dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

Berdasarkan hasil kajian dapat disimpulkan bahwa : (i) *financial bonding*, *social bonding*, dan *structural bonding* berada pada posisi 75.5%, 77.9% dan 78.3% secara berturut-turut, (ii) kepuasan pelanggan berada pada posisi 78,5%, (iii) loyalitas pelanggan berada pada posisi 80.4%, (iv) *customer bonding* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hanya *structural bonding* secara parsial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *customer bonding* dan kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Customer bonding* menciptakan tipe loyalitas yaitu *spurious loyalty*.

Berdasarkan analisis dan pembahasan terdapat hal-hal yang perlu diperbaiki untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, seperti inovasi dan pengembangan teknologi baik teknologi untuk perawatan kecantikan maupun teknologi informasi, memberikan penghargaan bagi pelanggan yang sudah setia menggunakan produk, dan mengadakan kegiatan yang melibatkan pelanggan seperti *beauty class*, kegiatan sosial, dll

Kata Kunci : *Customer Bonding, Financial Bonding, Social Bonding, Structural Bonding, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*