

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH CANTIK SABINA BALIKPAPAN

Dina Rosalina M.P¹, C. Prihandoyo², Adi Hermawansyah³, Nely Tangke Rante⁴

^{1,2}Prodi Manajemen Universitas Balikpapan

Dinarslna00@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Cantik Sabina Balikpapan yang dilatar belakangi oleh fenomena munculnya berbagai klinik kecantikan yang menawarkan berbagai produk dan jasa, oleh karena itu dalam memilih sebuah klinik kecantikan sebagai tempat perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Salah satunya adalah klinik Rumah Cantik Sabina di Balikpapan yang melengkapi perawatan kecantikan. Dengan adanya kondisi pasar yang dinamis, membuat para pelaku pasar bekerja lebih ekstra untuk dapat memenangkan pasar persaingan yang sangat ketat ini.

Penelitian ini dilakukan pada orang yang sudah selesai melakukan perawatan kecantikan dan pernah melakukan perawatan kecantikan minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel dengan *non probability sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda serta angket sebagai alat pengumpulan data responden kemudian diolah dengan bantuan program Statistik SPSS dengan jumlah sampel 238. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial, uji keefisien determinasi R square dan analisis regresi linier berganda. Uji parsial digunakan untuk menguji hipotesis, dan uji koefisien determinasi R square untuk melihat seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terkait.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 69,9% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 30,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The Objective of the research to determine the effect of Service Quality on Customer satisfaction of Rumah Cantik Sabina Balikpapan which is motivated by the phenomenon of the showing beauty clinics that offer a variety of beauty products and services, therefore in choosing a beauty clinic as a place for health care and skin beauty, good service quality will affect customer satisfaction. One of this place is Rumah Cantik Sabina clinic in Balikpapan which complements healthy and beauty care and with the dynamic market condition, market players work extra to be able to win is very tight competitive market. This study was conducted on people who had finished doing of the facial beauty treatment and had done facial beauty treatment at least twice. The Sampling technique by non probability sampling. The analysis method used in this study was multiple linear regression and questionnaires as a tool for collecting respondent data and then processed with the SPSS Statistic program with a sample number total of 238 respondents. The data analysis techniques used in this study are validity test, reliability test, partial test, r square determination coefficient test and simple linear regression analysis. The partial test is used to test the hypothesis, and the coefficient of determination test R square to see how much the independent

variable affects the dependent variable. Based on the result of this research obtained from this study, service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction at Rumah Cantik Sabina Balikpapan. Service quality has an influence of 69.9% on customer satisfaction, while the remaining 30.1% is influenced by other variables that were not studied in this study.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, clinic*

PENDAHULUAN Perkembangan industri salon kecantikan di Indonesia mengalami kenaikan yang sangat pesat, dalam sepuluh tahun terakhir, industri kecantikan dan perawatan pribadi di Indonesia bertumbuh rata-rata 12% dengan nilai pasar mencapai sebesar 33 triliun rupiah di tahun 2016. Bahkan di tahun 2020 industri kecantikan di Indonesia diprediksi akan mengalami peningkatan paling besar dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara (Wartaekonomi.co.id, 2021).

Perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya bagi kaum wanita. Kecantikan merupakan harta hara yang sangat berharga, sehingga harus senantiasa dijaga dan dirawat. Saat ini kebutuhan akan perawatan kecantikan khususnya di Kota Balikpapan semakin berkembang sebagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari perawatan rambut, perawatan wajah dan perawatan tubuh, sehingga banyak sekali perusahaan yang menawarkan jasa perawatan kecantikan seperti Salon, *Home Spa, Home Care* dan lain sebagainya (Syahrani et al., 2018). Dengan semakin berkembangnya industri jasa salon kecantikan di Kota Balikpapan, pelanggan tidak hanya didominasi oleh perempuan namun juga laki-laki. Rotasi ahli kecantikan dan penata rambut sering kali menghasilkan pergantian yang signifikan. Jika karyawan yang berpengalaman dan berketerampilan tinggi pindah, maka pelanggan salon sering kali juga pindah. Penyedia jasa harus merekrut orang-orang baru yang belum tentu cepat diterima oleh pelanggan. Rumah Cantik Sabina menyediakan pelayanan jasa kecantikan atau perawatan seperti *extension eyelash, creambath, nail art, massage, smoothing, haircolor, facial treatment*, sulam alis dan keratin dengan mengikuti *range* harga pangsa pasar yang standar.

Kualitas pelayanan di Rumah Cantik Sabina mencakup aspek seperti keahlian, teknisi, ketersediaan peralatan modern, kebersihan, kemudahan akses, kenyamanan dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Kualitas pelayanan ini berperan penting dalam persepsi pelanggan terhadap salon dan dapat mempengaruhi kepuasannya.

Terbentuknya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan bisa menciptakan kepuasan pelanggan sehingga bermanfaat juga bagi hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, sehingga dapat memberikan *feedback* yang baik untuk pelanggan melakukan keputusan untuk melakukan pembelian ulang atau loyal (Martha & Jordan, 2022). Manfaat kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Rumah Cantik Sabina disini sebagai acuan penilaian pelanggan terhadap layanan sehingga konsumen dapat melakukan perbandingan kualitas jasa dengan salon lain dalam bidang yang sama. Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas jasa Rumah Cantik Sabina dipersiapkan baik dan memuaskan. Tetapi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa nya di persepsikan sebagai kualitas ideal. Jika sebaliknya pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk (Akbar et al., 2023).

Kualitas layanan menentukan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya tergantung pada persepsi keahlian produk dan layanan yang memenuhi harapan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima (Media, 2023). Berdasarkan latar belakang masalah

tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Rumah Cantik Sabina dengan mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan**”.

KAJIAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah alat analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang di desain untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi (Prihandoyo et al., 2018, p. 11). Manajemen pemasaran merupakan pengelolaan kegiatan dalam perusahaan yang memerlukan rangkaian kegiatan formal, terstruktur dan sistematis. Oleh karena dalam aktivitasnya, memanfaatkan fungsi-fungsi dalam manajemen (Suharno & Sutarmo, 2015, p. 21). Manajemen pemasaran adalah aktivitas sekumpulan institusi serta proses untuk menciptakan, melakukan komunikasi, menyampaikan, dan melakukan pertukaran penawaran yang mempunyai nilai bagi pelanggan, klien, maupun masyarakat luas (Kotler & Keller, 2021, p. 3). Makna lain dari pemasaran adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap aktivitas-aktivitas yang terkait.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dengan penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut (Hardiansyah, 2018, p.78). Kualitas pelayanan didefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau karyawan (Kasmir, 2017). Makna lain dari kualitas layanan adalah tingkat kepuasan atau kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Bukti Fisik (X₁)

Menurut Lupiyoadi (2016) bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Kehandalan (X₂)

Menurut Lupiyoadi (2016) kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal. Kinerja harus memenuhi harapan pelanggan. Artinya ketepatan waktu, pelayanan yang sama kepada semua pelanggan tanpa kesalahan, menyampaikan jasa yang sesuai.

Daya Tanggap (X₃)

Menurut Lupiyoadi (2016) daya tanggap yaitu kebijakan yang dirancang untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

Jaminan (X₄)

Menurut Lupiyoadi (2016) jaminan yaitu pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan yang melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa.

Empati (X₅)

Empati adalah perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman (Lupiyoadi, 2016).

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana persyaratan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap suatu produk dan jasa terpenuhi atau terlampaui dengan penyajian produk dan jasa tersebut (Sudaryono, 2016, p. 60). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Yamith, 2018, p. 78). Dari beberapa definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi subjektif dari pelanggan terhadap produk atau layanan yang di terima dari suatu perusahaan atau penyedia jasa.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan data yang menyerupai angka, dicatat, diamati secara fisik, diklasifikasi serta diolah berlandaskan tempat dan waktu yang cocok dengan permasalahan. Lokasi penelitian ini adalah Rumah Cantik Sabina Berdasarkan tepatnya di GG.Slamet Riyadi RT. 12 No. 46 Balikpapan Selatan Sepinggian Kota Balikpapan, diketahui populasi konsumen salon selama 6 bulan, dari bulan Mei sampai dengan bulan Oktober pada tahun 2023 adalah 622 konsumen.

Untuk menentukan sampelnya menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebanyak 238 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampel*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Hasil data yang di dapatkan kemudian di olah dengan menggunakan sistem SPSS 25.

Data yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu data sekunder, agar memudahkan untuk peneliti mengambil sebuah data yang diperlukan. Uji yang digunakan adalah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji F dan Uji t. Metode analisis data dalam penelitian ini regresi linier berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlations	r-tabel n = 30	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	X1.1	0,832	0,361	Valid
	X1.2	0,858	0,361	Valid

	X1.3	0,834	0,361	Valid
	X2.1	0,842	0,361	Valid
Kehandalan (X2)	X2.2	0,880	0,361	Valid
	X2.3	0,839	0,361	Valid
Daya Tanggap (X3)	X3.1	0,851	0,361	Valid
	X3.2	0,891	0,361	Valid
	X3.3	0,860	0,361	Valid
Jaminan (X4)	X4.1	0,820	0,361	Valid
	X4.2	0,830	0,361	Valid
	X4.3	0,817	0,361	Valid
Empati (X5)	X5.1	0,867	0,361	Valid
	X5.2	0,827	0,361	Valid
	X5.3	0,754	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,858	0,361	Valid
	Y1.2	0,923	0,361	Valid
	Y1.3	0,888	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui besarnya koefisien korelasi (*Pearson Correlations*) dari setiap pernyataan untuk semua variabel pada Rumah Cantik Sabina mempunyai nilai *Pearson Correlation* yang positif dan $< r$ -tabel yaitu 0,361 ($n = 30$).

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbachs</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0,794	0,70	Reliabel
Kehandalan (X2)	0,813	0,70	Reliabel
Daya Tanggap (X3)	0,836	0,70	Reliabel
Jaminan (X4)	0,761	0,70	Reliabel
Empati (X5)	0,750	0,70	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,868	0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui semua variabel pada Rumah Cantik Sabina mempunyai *Cronbach Alpha* $< 0,70$ sehingga penelitian ini reliabel dan dapat diandalkan.

Uji Determinasi (R²)

Tabel 3. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model	R	R.Square	Adjusted R.Square	Std.Error of the Estimate
1	.840 ^a	.705	.699	.893

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *R Square* adalah sebanyak 0,705. Hal ini berarti bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Cantik Sabina Balikpapan berpengaruh sebesar 69,9% sedangkan sisanya 30,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistic		Standar Tolerance	Standar VIF	Keterangan
	Tolerance	VIF			
Bukti Fisik (X1)	0,320	3,122	0,1	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Kehandalan (X2)	0,285	3,513	0,1	10	
Daya Tanggap (X3)	0,327	3,062	0,1	10	
Jaminan (X4)	0,316	3,161	0,1	10	
Empati(X5)	0,385	2,601	0,1	10	

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan Tabel 4 uji multikolinieritas, menunjukkan nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF dari setiap variabel adalah < 10. dapat disimpulkan bahwa dalam analisis ini tidak ada multikolinieritas antara variabel dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Sig.	Standar	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0,783	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kehandalan (X2)	0,070		
Daya Tanggap (X3)	0,504		
Jaminan (X4)	0,549		
Empati (X5)	0,921		

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan Tabel 5 uji heteroskedastisitas, suatu variabel dapat dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dipastikan kelima variabel independen tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson	dL	dU	Ketentuan	Keterangan
1,812	1,754	1,804	$dU < DW < 4-dU$ (1,804 < 1,812 < 2,196)	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan Tabel 6 uji autokorelasi, menunjukkan hasil nilai Durbin-Watson (D_w) = 1,812. Apabila nilai Durbin-Watson berada di antara nilai d_U dan $4-d_U$ yaitu 1,804 (D_u) \leq 1,812 (D_w) \leq 2,196 ($4-D_u$), dapat dipastikan tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	1,374	0,522		2,631	0,009
Bukti Fisik	0,416	0,062	0,426	6,756	0,000
Kehandalan	0,070	0,064	0,073	1,094	0,275
Daya Tanggap	0,038	0,057	0,042	0,673	0,502
Jaminan	0,252	0,063	0,252	3,969	0,000
Empati	0,142	0,058	0,142	2,469	0,014
R = 0,840			F-hitung = 110,985		
R-Square = 0,705			F-tabel = 2,25		
Adjusted R-Square = 0,699			t-tabel = 1,970		

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut diperoleh bahwa bukti fisik, jaminan, empati dan mempunyai hubungan positif dengan Kepuasan Konsumen pada Rumah Cantik Sabina.

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 7 dapat dijelaskan hasil pengujian hipotesis secara parsial sebagai berikut:

(1) Pengujian hipotesis pertama variabel bukti fisik (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,000 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan t-hitung dan t-tabel yang memperlihatkan bahwa t-hitung $6,756 > 1,970$ t-tabel yang mengartikan bahwa hipotesis pertama **diterima**. (2) Pengujian hipotesis pertama variabel kehandalan (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,275 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan t-hitung dan t-tabel yang memperlihatkan bahwa t-hitung $1,094 < 1,970$ t-tabel yang mengartikan bahwa hipotesis pertama **tidak diterima**. (3) Pengujian hipotesis pertama variabel daya tanggap (X_3) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,502 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan t-hitung dan t-tabel yang memperlihatkan bahwa t-hitung $0,673 < 1,970$ t-tabel yang mengartikan bahwa hipotesis pertama **tidak diterima**. (4) Pengujian hipotesis pertama variabel jaminan (X_4) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,000 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan t-hitung dan t-tabel yang memperlihatkan bahwa t-hitung $3,969 > 1,970$ t-tabel yang mengartikan bahwa hipotesis pertama **diterima**. (5) Pengujian hipotesis pertama variabel bukti fisik (X_5) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan

pelanggan (Y) pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,014 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan t-hitung dan t-tabel yang memperlihatkan bahwa t-hitung 2,469 > 1,970 t-tabel yang mengartikan bahwa hipotesis pertama **diterima**.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji penelitian mengenai bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan, dapat diambil kesimpulan bahwa: (1) bukti fisik terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan, sehingga hipotesis dapat diterima, (2) kehandalan terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan, sehingga hipotesis tidak dapat diterima, (3) daya tanggap terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan, sehingga hipotesis tidak dapat diterima, (4) jaminan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan, sehingga hipotesis dapat diterima, (5) empati terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan, sehingga hipotesis dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y. R., Pardede, R., Sari, M., Ronaldi, A., & Halim, A. (2023). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Salon (Studi Kasus Pada Berlin Salon Pekanbaru)*. 3(1), 16–20.
- Al-Fatih, J., Mulia, G., Aprilia, R., Findiana, F., Ekonomi, S. T., Islam, B., Global, S., & Cikarang, M. (2021). *Pages 85-96 Jurnal Al-Fatih Global Mulia pISSN 2580-8036* (Vol. 3). <https://jurnalglobalmulia.or.id/index.php/alfatih>
- Erwan Agus dan Dyah Ratih. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik Dan Masalah-Masalah Sosial* (2nd ed.). Gava Media.
- Fandy Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi OFFSET.
- Fermayani, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Kawana Padang. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47–54. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i2.269>
- Finansialku.com. (2022). *perilaku-konsumen-kecantikan-indonesia*. <https://www.finansialku.com/bagaimana-perilaku-konsumen-kecantikan-indonesia-saat-ini-lihat-yuk/>
- Ghozaly, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate* (8th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik* (Revisi). Gava Media.

- Hartini, I., & Hartini, I. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Pendekatan Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Tata Salon Hair & Beauty Spa Kabupaten Lahat. *Jurnal Sains Ekonomi (JSE)*, 2(1), 1–11.
- Hasibuan, R. M., Dr. Fitriani Harahap, S.Pd., M., & Armansyah Lubis, S.E., M. . (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175–182.
- Hidayati. (2021). *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Praktik*. Cipta Media Nusantara.
- Indra, I. budaya. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Salon Feri Pelaminan. *Jurnal Administrasi Nusantara*, 2(2), 1–19. <https://doi.org/10.51279/jan.v2i2.32>
- Instagram.com. (2023). *No Titl*. <https://www.instagram.com>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori Dan Praktik*. Raja Grafindo Persada.
- Limakarsa & Purba. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Martha, L., & Jordan, R. (2022). Pengaruh Tangible, Emphaty, Responsiveness, Assurance, Dan Reliability Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Bunda Padang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 1488–1503.
- Masturah, A., Hasnita, N., & Djakfar, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Muslimah Di Banda Aceh. *Ekobis Syariah*, 1(2), 48. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v1i2.9999>
- Muhammad Adam. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alfabeta, cv.
- Murtini, R., & Samhudi, H. A. (2022). *Pada La Zahra Salon Dan Spa Pelaihari*.
- Prana Ugiana., et al. (2016). *Belajar Olah Data Dengan SPSS, Minitab, R, Microsoft Excel, Eviews, Lisrel, Amos, Dan SmartPLS*. USU Pres.
- Prihandoyo, et al. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Nusa Litera Inspirasi.
- Rahman, M. F., & Yulianti, F. (2020). Analisis Strategi Harga Dan Kualitas Produksi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Kue Hj. Enong Bakery Di Martapura. *Dinamika Ekonomi : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 311–322.
- Sapada, M. I. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Magic Cell Oppo Store Parepare. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(1), 10–19.

- Sofjan Assauri. (2019). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Srilestari, K., & Santoso, T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Supermarket Super Indo Di Kota Surabaya. *Agora*, 1(4).
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/12076%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/download/12076/10606>
- Stiadi, M. (2022). Market Segmentation Analysis in Food Selection. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 169–173.
- Sudaryono. (2016). *Manajeme Pemasaran Teori & Implementasi*. Andi OFFSET.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Suharno & Sutarso, Y. (2015). *Marketing In Practice*. Graha Ilmu.
- Syahrani et al., 2018. (2018). *Syahrani et al., 2018*. 1–23.
- Tjiptono & Chandra. (2018). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Andi OFFSET.
- Toko, P., Sasha, K., & Kota, D. I. (2020). *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Vol . 01 No . 01 Juli – Desember 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat*. 01(01), 64–72.
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan(Studi Pada Salondewidi Kota Jambi). *STIEMuhammadiyah Jambi*, 5(1), 55–69.
- Wartaekonomi.co.id. (2021). *Pesatnya Pertumbuhan Industri Kecantikan Tanah Air Jadi Peluang Vendor Beauty Club*. <https://wartaekonomi.co.id/read364719/pesatnya-pertumbuhan-industri-kecantikan-tanah-air-jadi-peluang-vendor-beauty-club>
- Zulian Yamith. (2018). *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Ekonisia.