



Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Salon Kecantikan *Erlin Beauty Gallery*

Nadia Azzahra^{1*}, Merita Yanita²

^{1,2} Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan,

Universitas Negeri Padang, Indonesia

Email : nadiaazzahra080402@gmail.com¹, yanitamerita@gmail.com²

Alamat Kampus: Jln. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar, Padang, Sumatra Barat, Indonesia

Korespondensi penulis: nadiaazzahra080402@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction at Erlin Beauty Gallery beauty salon, West Pasaman. In an era of increasingly tight competition in the service business, service quality is a key factor in maintaining customer loyalty. This study uses a quantitative approach with a survey method. Samples were taken as many as 45 respondents using a simple random sampling technique. The research instrument was arranged based on five dimensions of, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The results showed that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the beauty salon at Erlin Beauty Gallery. Service quality has a significant effect on customer satisfaction at Erlin Beauty Gallery Beauty Salon with a significant value of $0.000 \leq 0.05$ and a t count value of $5.504 \geq t$ table 2,017, it can be concluded that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Erlin Beauty Gallery beauty salons. Therefore, it is important for beauty salons to be able to improve the quality of service provided to customers so that customer satisfaction is met and they decide to undergo treatment at ErlinBeauty*

Keywords: : Service Quality, Customer Satisfaction, Salo

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di salon kecantikan Erlin Beauty Gallery, Pasaman Barat. Dalam era persaingan bisnis jasa yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif atas metode survei. Sampel diambil sebanyak 45 responden menggunakan teknik simple random sampling. Instrumen penelitian disusun berdasarkan lima dimensi yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Erlin Beuty Gallery. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Salon Kecantikan Erlin Beauty Gallery atas nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$ dan nilai t hitung $5,504 \geq t$ bagan 2,017 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Erlin Beuty Gallery. Oleh karena itu pentingnya bagi salon kecantikan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga kepuasan pelanggan terpenuhi dan memutuskan untuk melakukan perawatan di ErlinBeuty.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Salon

1. LATAR BELAKANG

Dalam bumi bidang usaha pelayanan akan terus menjadi bersaing, mutu layanan jadi kunci penting dalam membuat kebahagiaan serta kepatuhan klien. Klien saat ini mempunyai banyak opsi serta impian besar keatas layanan akan mereka dapat. Oleh sebab itu, industri pelayanan dituntut buat lalu tingkatan kualitas jasa supaya bisa bertahan serta menang dalam kompetisi. Salon Erlin Beauty Gallery akan berada di Pasaman Barat, selaku salah satu salon jenis madya, mengalami. Oleh sebab itu, berarti dicoba analisa keatas mutu layanan memakai 5 format (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, serta Empathy) buat mengenali

efeknya keatas kebahagiaan klien di salon itu. Riset ini bermaksud buat membuatkan uraian mendalam hal gimana mutu jasa bisa tingkatan kebahagiaan serta kepatuhan klien.

2. KAJIAN TEORITIS

Buat Tjiptono serta Chandra (2011) mengemukakan kalau mutu jasa berhubungan akrab atas kebahagiaan klien. Mutu jasa memberikan desakan spesial buat para klien buat menjalankan jalinan relasisaling profibagan dalam waktu jauh atas industri”.

Buat (Kotler, 2013: 112). Mutu jasa bisa diukur atas menyamakan anggapan pelanggan keatas layanan akan mereka dapat atas impian mereka keatas layanan.

Buat Fandy Tjiptono (2014) kebahagiaan berawal atas tutur“ statis” (berarti lumayan banyak, seatasn ataupun mencukupi) serta“ party” (berarti melakukan, membuat ataupun mencipta) atas cara simpel kebahagiaan bisa dimaksud selaku sesuatu upaya buat penuh suatu ataupun menghasilkan suatu mencukupi.

Buat Kotler serta Keller dalam (Sesaria, 2020) keceriaan ialah perasaan senang atau kecewa seseorang hendak mencuat karena membandingkan keahlian hendak dipersepsikan produk (hasil) keatas eksptasi mereka. Apabila keahlian karam memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila keahlian sesuai atas ekspektasi, konsumen akan puas. Tidak cuma itu, apabila keahlian melewati ekspektasi, konsumen akan amat puas atau senang. Keceriaan konsumen ialah respon atau anggapan konsumen hendak berupa perasaan ataupun penilaian keatas konsumsi produk dimana angan- angan dan kebutuhannya terpenuhi (Sesaria, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif deskriptif serta bertabiat explanatory (uraian), atas tujuan buat mengenali efek mutu layanan keatas kebahagiaan klien. Informasi digabungkan memakai tata cara survey. Riset ini dicoba disalon kecantikan Erlin Beauty Gallery Pasaman Barat, Populasi atas riset ini yakni melingkupi seluruh klien akan melaksanakan pemeliharaan ke salon kecantikan Erlin Beauty Gallery

Instrumen akan dipakai dalam riset ini ialah angket ataupun angket akan disusun memakai rasio likert atas menata dalm wujud perkataan akan bertabiat positif serta minus akan berkaitan atas elastis riset. Pengetesan coba instrumen ini atas memakai pengetesan keabsahan serta reliabilitas. Pengetesan prasyarat analisa terdiri atas pengetesan normalitas, pengetesan linearitas, serta pengetesan regresi linear sederhana

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Karakteristik

a) Karakteristik berlandasan usia

Bagan 1. Karakteristik Responden Berlandasan Umur

Umur	F (Jumlah)	Presentase(%)
17-20	13	29%
21-25	21	47%
26-29	8	18%
35-40	3	7%
Total	45	100%

Berlandasan atas bagan 1 atas informasi responden akan sudah digabungkan serta sudah dicoba pengerjaan informasi bisa dikenal kalau kebanyakan klien Erlin Beauty berumur 21- 25 tahun ataupun bisa dipersentasekan sebesar (47%), kemudian diiringi atas bentang umur 17-20 tahun ialah sebesar (29%). Sampai akan sangat sedikit ialah bentang umur 35- 40 tahun ke atas persentase (7%). Bisa disimpulkan kalau umur anak muda sampai berusia dini lebih kerap melaksanakan aksi pemeliharaan di Erlin Beauty.

Bagan 2. Deskripsi Data Variabel (X)

Statistic		
Kualitas Layanan (X)		
N	Valid	45
	Missing	0
Meaan		106
Median		105
Mode		94 ^a
Std. Deviation		18
Variance		314
Range		79
Minimum		55
Maximum		134
Sum		4767

Berlandasan atas table 2. bisa diamati kalau jumlah informasi akan asi menggapai 45 responden tanpa terdapat informasi akan lenyap (Missing= 0). Atas umumnya (Mean) atas poin akan didapat yakni 106 atas poin tengah (Median) sebesar 105 serta poin akan sangat kerap timbul (Bentuk) yakni 94^a. Penyimpangan standar (Standard Deviation) atas informasi ini terdaftar sebesar 18 akan membuktikan tingkatan alterasi ataupun edaran informasi di dekat atas umumnya. Variansi (Variance)

akan ialah kuadrat atas penyimpangan standar terdaftar sebesar 314 Bentang (Range) atas informasi ini akan membuktikan beda antara poin maksimal serta minimal yakni 79

atas poin minimal sebesar 55 serta poin maksimal sebesar 134. Atas cara totalitas, jumlah keseluruhan atas seluruh poin (Sum) akan digabungkan atas responden yakni 4767.

Bagan 3. Deskripsi Data Variabel (Y)

Statistic		
Kepuasan pelanggan (Y)		
N	Valid	45
	Missing	0
Mean		60
Median		61
Mode		68
Std. Deviation		9
Variance		80
Range		37
Minimum		39
Maximum		76
Sum		2719

Berlandasan atas informasi statistik jumlah responden akan asi menggapai 45 orang tanpa terdapat informasi akan lenyap. Poin atas umumnya (Mean) atas semua responden yakni 60. sedpoinn poin tengah (Median) akan memilah informasi jadi 2 buatan akan serupa yakni 61. Poin akan sangat kerap timbul (Bentuk) di antara responden yakni 68. Penyimpangan standar (Standard Deviation) atas informasi ini yakni 9. membuktikan tingkatan alterasi ataupun edaran informasi di dekat atas umumnya. Variansi (Variance) akan ialah dimensi seberapa jauh informasi terhambur atas poin atas umumnya terdaftar sebesar 80. Bentang (Range) informasi ialah beda antara poin paling tinggi serta terendah yakni 37 atas poin minimal sebesar 39. serta poin maksimal sebesar 76. Atas cara totalitas, jumlah keseluruhan atas semua poin (Sum) akan digabungkan atas responden yakni 2719.

Tabel 4. Tes Normalitas

		Unstandardized.Residual
N		45
Normal.Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std..Deviation	6.84800750
Most.Extreme.Differences	Absolute	0.086
	Positive	0.084
	Negative	-0.086
Test.Statistic		0.000
Asymp..Sig..(2-tailed)		0.200^{c,d}

Berlandasan atas hasil pengtesan normalitas akan di pengtesan memakai SPSS 20. 00 atas table di atas dikenal kalau poin asymp signifikansinya yakni 0, 200. Akan mana poin 0, 200 $\geq$ 0, 05, berlandasan atas poin signifikansi pengumpulan ketetapan bisa disimpulkan kalau poin residual berdistribusi wajar.

Bagan 5. Hasil Tes Linearitas**ANOVA Table**

			<i>Sum.of.Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean.Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
My *. Mx	Between.Groups	(Combined)	3082.644	32	96.333	2.662	.037
		Linearity	1453.589	1	1453.589	40.161	.000
		Deviation.from.Linearity	1629.056	31	52.550	1.068	.251
	Within.Groups		434.333	12	36.194		
	Total		3516.978	44			

Hasil analisa membuktikan kalau atas bagan ANOVA didapat deviation from linearity sig 0, 251 $\geq$ 0, 05 akan maksudnya ada ikatan akan linear antara elastis Mutu layanan atas variable Kebahagiaan klien

Bagan 6. Hasil Tes Regresi Linear Sederhana

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized</i>	<i>t</i>	<i>Sig</i>
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,038	6,332		4.112	0.000
	Kualitas layanan	0,325	0,59	0,643	5,504	0,000

Berlandasan atas hasil pengujian t atas bagan selanjutnya bisa di dapat poin penting sebesar $0,000 \leq 0,05$, serta poin t jumlah didapat sebesar 5,504, poin itu $\geq$ poin t bagan ialah 2,017 hingga bisa dimaksud kalau elastis leluasa (X) memefeki penting keatas elastis terikat (Y). Alhasil bisa dimaksud kalau H_0 ditolak H_a diperoleh akan berarti penting. Maksudnya anggapan bersuara“ Ada Efek Mutu layanan keatas Kebahagiaan Klien di Salon Kecantikan Erlin Beauty Gallery”

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berlandasan atas hasil riset serta ulasan akan sudah dicoba, hingga dapatdisimpulkan hasil riset hal" Efek Mutu layanan keatas Kebahagiaan Klien Di Salon Kecantikan Erlin Beuty Gallery" selaku selanjutnya: Mutu jasa membuktikan poin 4767 atas umumnya poin 107,0. Poin ini membawa alamat kalau mutu jasa terkategori kedalam jenis sangat bagus. Kebahagiaan klien membuktikan poin 2719 rata–rata poin sebesar 60,422 Poin ini membawa alamat kalau kebahagiaan klien terkategori dalam jenis cukup Ada efek mutu jasa pegawai keatas kebahagiaan klien di salon kecantikan erlin beauty gallery

Anjuran akan bisa diserahkan atas sebuatan pihak berlandasan atas hasil riset akan didapat kalau mutu jasa mempunyai efek keatas kebahagiaan klien Buat itu Erlin Beuty Gallery lebih bisa buat tingkatan mutu jasa akan diserahkan atas klien serta pula promosipromosi akan menarik alhasil kebahagiaan klien terkabul serta menyudahi buat melaksanakan pembelian produk ataupun jasa.

DAFTAR REFERENSI

- Abdi dkk. (2020). Efek Mutu Jasa, Produk, serta Harga keatas Atensi. Beli atas Gerai Online Lazada di Bos Lampung. *Harian Ekonomi*, 12 (1),
- Arianto, N., Patilaya, E. 2018. Efek Mutu Produk Serta Keseluruhan Produk keatas Ketetapan Pembelian Produk Salt n Pepper Atas PT. Kawan kerja Pakaian Aman Bintaro. *Harian Inovatif: Penjualan, Sumberdaya Manusiadan Finansial*, Vol. 6, Nomor. 2
- Cahyono, A. D. (2020). Riset Daftar pustaka Hal Mutu Jasa keatas. Kebahagiaan Penderita Jaga Jalur Di Rumah Sakit. *Harian Objektif Pamenang*, 2 (2)
- Cengiz, E. (2010). Measuring customer satisfaction: Must or not? *Journal of Naval Science and Engineering*, 6 (2), 76–88.
- Fandi, Tjiptono. (2014). *Service, Quality& Satisfaction*. Versi 3. Yogyakarta: Pencetak Andi.

- Fandy Tjiptono. (2012). Strategi Penjualan, ed. 3, Yogyakarta: Andi.
- Fandy, T. (2014). Strategi penjualan: Menciptakan Kepatuhan Klien. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisa multivariate atas program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P.,& Keller, K. L. (2012). Marketing Management (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P.,& Keller, K. L. (2018). Marketing management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Penjualan, Buatan Kedua,. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C.,& Wirtz, J. (2011). Services Marketing.
- Lovelock, Christoper. (2004). Services Marketing: People, Technology, Strategy. second Edition.