**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
KLINIK KECANTIKAN “NANISA BEAUTY & DENTAL CLINIC” SIDOARJO**

Sofie Dian Nastiti dan Setiyo Budiadi

Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Surabaya

e-mail : sophindud@gmail.com

Abstract

This research is based on the appearance of phenomena rising the new beauty clinic which serve many products and services. Because of that, customers has consideration to choose the beauty clinic as their place for healty and skin care, the good service quality influence customers satisfaction. One of them is “Nanisa Beauty and Dental Clinic” in Sidoarjo which has complete care from hair until customer’s foot. Since the condition of a very dynamic product market, the traders work hard to win the strict competition. To get the customers, service quality is the main focus in this company. This research is to know the influence of service quality to customer satisfaction in “Nanisa Beauty & Dental Clinic” Sidoarjo.

The research has been done for customers who came here minimum for twice. The technique of collecting samples is with accidental sampling. The analysis method used in the research is double linear regression and questionnaire as collecting respondent data then processed with the assistance of SPSS statistic program for Windows with 207 samples.

The result of the research has shown that there is significant influence from variable of service quality that include tangible, responsiveness, assurance, empathy to customers satisfaction in “Nanisa Beauty & Dental Clinic” Sidoarjo is Based on the adjusted R^2 value 41,6 % while the rest of 58,4% influenced by variables other than research. The tangible variable is dominant variable with grade $t_{arithmetic}$ is 6.713.

Key Words : *Service Quality, Customers Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh timbulnya fenomena munculnya berbagai klinik kecantikan mewah yang menawarkan berbagai produk dan jasa yang di tawarkan. Maka dalam memilih sebuah klinik kecantikan sebagai tempat untuk perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, kualitas pelayanan yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Salah satunya adalah Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo ini yang melengkapi perawatan kesehatan dan kecantikan dari ujung rambut hingga ujung kaki. Dengan adanya kondisi pasar yang sangat dinamis, membuat para pelaku pasar bekerja lebih keras untuk memenangkan kompetisi yang sangat ketat ini. Dimana salah satu cara yang dilakukan adalah dengan melihat kualitas layanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan “Nanisa Beauty & Dental Clinic” Sidoarjo.

Penelitian ini dilakukan pada orang yang sudah selesai melakukan perawatan kecantikan wajah dan pernah melakukan perawatan kecantikan wajah minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel dengan *accidental 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 for Windows* dengan jumlah sampel 207.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo *Adjusted R square* sebesar 41,6%. Sedangkan sisanya sebesar 58,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Variabel *tangible* merupakan variabel dominan dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,713.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada jaman modernisasi seperti ini perusahaan dalam bidang perawatan kulit akan dapat tetap bertahan di dalam persaingan apabila perusahaan tersebut memiliki kemampuan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Perusahaan dalam bidang perawatan kulit mulai berlomba-lomba memberikan pelayanan perawatan kulit yang memang sedang menjadi trend di masyarakat saat ini. Apabila mereka tidak memberikan pelayanan yang terbaik, maka pelanggan akan beralih ke perusahaan perawatan kulit lainnya yang saat ini perusahaan tersebut sedang berkembang pesat.

Banyaknya perusahaan dalam bidang perawatan kulit, membuat pelanggan lebih teliti dalam memilih perusahaan yang memang benar-benar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka. Dengan begitu perusahaan dalam bidang perawatan jasa harus lebih dahulu melakukan survey tentang perawatan yang seperti apa yang memang diinginkan pelanggan saat ini, sehingga mereka dapat memberikan pelayanan dengan baik. Apabila mereka tidak bisa memberikan pelayanan yang terbaik, maka pelanggan akan banyak mengeluh tentang pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

Menurut *Lovelock and Waright* (2007) kualitas pelayanan jasa merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Pada umumnya pelayanan yang diberikan perusahaan baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sangat tinggi pula. Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2008) kualitas pelayanan jasa dapat dilihat dari lima dimensi antara lain: bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Dengan menerapkan pendekatan aspek mutu layanan maka perusahaan jasa akan mengetahui kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diberikan itu berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan jasa yang berkualitas kepada pelanggan akan mencapai pangsa pasar yang tinggi dan peningkatan laba perusahaan.

Masalah penampilan seseorang merupakan bagian dari hidup manusia yang harus diperhatikan. Hal ini dikaitkan dengan fenomena yang ada, bahwa masyarakat sekarang semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan agar selalu tampil menarik. Apalagi saat ini kesadaran kaum wanita akan kecantikan dan perawatan kulit semakin berkembang. Dapat dilihat dari banyaknya wanita yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan keluarganya yang semakin meningkat. Tentunya wanita bekerja

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

juga dituntut untuk dapat menjaga penampilannya terutama dari segi kebersihan wajah dan tubuh. Tidak hanya materi saja yang mereka cari, melainkan juga kepuasan dalam kecantikan. Situasi seperti ini akan mendorong berbagai perusahaan yang bergerak dibidang *beauty and personal care* akan terus memberikan inovasi untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas yang dicari oleh pelanggan dan modernnya alat kecantikan yang canggih dapat menunjang keberhasilan klinik kecantikan tersebut.

Saat ini banyak sekali beredar produk kecantikan dipasaran, dengan itu berbagai perusahaan kecantikan seperti salon kecantikan, klinik kecantikan dan berbagai institusi kecantikan mereka berlomba – lomba untuk produk dan layanan jasa di klinik kecantikannya dapat diterima oleh pasar dan mempunyai pelanggan yang tetap. (www.antaranews.com)

Nanisa Beauty & Dental Clinic adalah pusat perawatan kecantikan ini terletak di Kota Sidoarjo yaitu tepatnya di Taman Pinang Indah BB I – No. 12, Sidoarjo. Nanisa Beauty & Dental Clinic juga mempunyai cabang di kota Malang yaitu di Puncak Dieng ii – 3/ No.2, Malang. Nanisa Beauty & Dental Clinic melayani perawatan wajah, tubuh, dan gigi. Nanisa Beauty & Dental Clinic Ditunjang dengan SDM dan Dokter yang telah berpengalaman dibidang estetika kecantikan. Nanisa Beauty & Dental Clinic

juga menggunakan teknologi dengan peralatan yang modern dan terbaru serta suasana nyaman dan asri demi kenyamanan pelanggan Nanisa Beauty & Dental Clinic. Proses pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dari awal sampai proses pembayaran sangat jelas dan teratur. (<http://nanisabeautyclinic.blogspot.com>).

Dimana setiap klinik kecantikan memiliki keunggulan yang berbeda begitu pula dengan klinik kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic ini yang mempunyai kelebihan antara lain Nanisa Beauty & Dental Clinic menggunakan alat kesehatan yang ditunjang teknologi modern yang menggunakan mesin dengan teknologi laser yang canggih dan menawarkan konsep baru mengintegrasikan estetika dengan memberikan perawatan anti penuaan, disetiap layanan yang ditawarkan dapat mencegah proses penuaan dan dapat menghilangkan kerutan diwajah. Di klinik kecantikan nanisa pelanggan akan ditawarkan dengan integrasi estetika yang mengandalkan kepakaran dari seluruh staff mulai dari receptionist, beauty therapy dan tim dokter yang ahli dalam melayani dengan kemampuan, keterampilan dan sikap positif.

Kualitas layanan Nanisa Beauty & Dental Clinic tidak hanya berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

macam bentuk fasilitas yang diberikan Nanisa Beauty & Dental Clinic kepada pelanggan meliputi, ruang tunggu yang nyaman, AC, televisi, Kamar mandi, Tempat Karaoke keluarga, tempat bermain anak. Fasilitas tersebut diharapkan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Nanisa Beauty & Dental Clinic. Fasilitas tersebut diharapkan agar pelanggan merasa puas telah melakukan pembelian di Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah

1. Apakah kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo ?
2. Kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*, variabel manakah yang paling dominan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Klinik

Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo ?

KAJIAN PUSTAKA

a. Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009), “Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa”.

Sedangkan menurut Stanton dan Futrell (dalam Danang,2013), “Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi”.

Menurut Miller dan Layton (dalam Tjiptono,2006), “Pemasaran merupakan suatu sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran”.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan proses dimana struktur permintaan terhadap produk dan jasa diantisipasi atau diperluas melalui promosi, distribusi dan pertukaran barang antara pihak satu dengan pihak yang

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

lain. Untuk lebih lanjut, teori di atas menjelaskan bahwa kegiatan pemasaran berusaha untuk selalu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan bertujuan tidak semata-mata untuk mencari keuntungan, namun menciptakan kepuasan konsumen yang menjadi tujuan utama kegiatan tersebut.

b. Jasa

Menurut Kotler dan Keller (dalam Ririn dan Mastuti, 2011) Jasa adalah “setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau tidak”.

Sedangkan Menurut Kotler (dalam Mts. Arief 2007) “Jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud yang tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apa pun. Dalam produksinya, jasa bias terikat pada suatu produk fisik, tetapi bisa juga tidak”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan kepada konsumen yang tidak berwujud dan tidak berpemilikan apapun. Pada dasarnya jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah, seperti

kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen

c. Perilaku Konsumen

Loudon dan Bitta (dalam Mangkunegara (2002), mengemukakan bahwa perilaku konsumen sebagai ”proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa”. Mangkunegara (2002) menarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli di atas, maka perilaku konsumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok maupun organisasi yang terlibat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan dalam menggunakan barang dan jasa.

d. Klinik Kecantikan

Klinik kecantikan merupakan sebuah klinik yang menawarkan jasa pelayanan dermatologi. Dermatologi (dari bahasa Yunani: derma yang berarti kulit) adalah cabang kedokteran yang mempelajari kulit dan bagian-bagian yang berhubungan dengan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

kulit seperti rambut, kuku, kelenjar keringat, dan sebagainya.

Jadi, dapat disimpulkan, klinik kecantikan merupakan sebuah klinik yang menawarkan pelayanan jasa pelayanan *dermatologi* di bidang perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, rambut, kuku, dan lainnya. Beberapa klinik kecantikan yang sekarang banyak dijumpai di wilayah ibukota adalah klinik kecantikan yang mengkombinasikan pelayanan kecantikan wajah maupun tubuh, dan konsultasi kesehatan kulit, serta pelayanan tambahan seperti spa. Produk perawatan dari klinik kecantikan yang dikenal umum adalah *facial*. Perawatan *facial* adalah sebuah prosedur yang melibatkan berbagai perawatan kulit, termasuk: penguapan, pengelupasan, ekstraksi, krim, *lotion*, penggunaan masker, dan pemijatan. Biasanya dilakukan di salon kecantikan tetapi juga dapat ditemukan di berbagai perawatan spa. (sumber: <http://wikipedia.org>)

e. Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman (dalam Rambat 2013) “kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima”. Sedangkan menurut Tjiptono (2007) kualitas layanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi

harapan konsumen. Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Arief,2007) mengartikan kualitas jasa atau layanan sebagai berikut ”Mutu jasa merupakan penyampian jasa yang baik atau sangat baik jika dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan”. Berdasarkan definisi diatas, kualitas layanan adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi harapan konsumen .

f. Dimensi Kualitas Layanan

Kualitas layanan oleh Parasuraman dkk. (dalam Rambat 2013) terdapat lima dimensi kualitas layanan sebagai berikut :

- 1) Berwujud (*Tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- 2) Reliabilitas (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas layanan.

- 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- 5) Empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

g. Kepuasan Pelanggan

Menurut Day (dalam Tse dan wilton,1998) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dalam respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainya.

Menurut Sumarwan (2003) kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai

dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi harapan dan kinerja yaitu evaluasi pelanggan terhadap kinerja produk/layanan yang sesuai atau melampaui harapan konsumen. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan mempunyai tiga antecedent yaitu kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan dan harapan pelanggan. Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan akan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk/jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

h. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan *tangible* atau bukti fisik dengan kepuasan pelanggan

Menurut Parasuraman (dalam Fandy Tjiptono,2005). Bukti fisik adalah dimensi yang berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan karyawan. Penampilan dan kemampuan sarana serta prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Fasilitas fisik tersebut meliputi, gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

ruangan, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan karyawan.

Hubungan bukti fisik dengan kepuasan pelanggan adalah bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap bukti fisik maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan jika persepsi terhadap bukti fisik buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah. Hasil Penelitian dari Rischa Merinda (2012) jurnal Vol.1, No.1 dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Profira Surabaya menyatakan bahwa *tangible* (bukti fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hubungan *reliability* atau keandalan dengan kepuasan pelanggan

Menurut parasuraman et al. 1998 (dalam Rambat,2013) *reliability* (keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, layanan yang sama untuk semua pelanggan tidak membedakan pelanggan yang satu dengan yang lainnya, sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.

Hubungan keandalan dengan kepuasan pelanggan adalah aspek keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap

kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap keandalan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan jika persepsi terhadap keandalan buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah. Hasil Penelitian dari Ayu Kartika (2013) jurnal Vol.2, No.1 dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Kecantikan Bella Bumi Dirgantara Denpasar menyatakan bahwa *reliability* (keandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hubungan *assurance* atau jaminan dengan kepuasan pelanggan

Menurut parasuraman (Rambat,2013) yaitu pengetahuan karyawan atas pengetahuannya terhadap produk atau jasanya secara tepat, perhatian dan kesopanan santunan karyawan dalam memberikan pelayanan, dan kemampuan para karyawan dalam memberikan informasi perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Hubungan jaminan dengan kepuasan pelanggan adalah aspek jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan jika persepsi terhadap jaminan buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah. Hasil Penelitian dari Nindhira Rosselini (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan LBC (*London Beauty Center*) di Jakarta menyatakan bahwa *assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

4. Hubungan *emphaty* atau empati dengan kepuasan pelanggan

Menurut Parasuraman,dkk (dalam Lupiyoadi dan Hamdani,2006) yaitu empati merupakan perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Hubungan empati dengan kepuasan pelanggan adalah aspek empati mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap empati maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan jika persepsi terhadap empati buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah. Hasil Penelitian dari Nindhira Rosselini (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan LBC (*London Beauty Center*) di Jakarta menyatakan bahwa *emphaty* (empati)

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

5. Hubungan *ressponsivness* atau daya tanggap dengan kepuasan pelanggan

Menurut Parasuraman (Lupioadi,2013) *responsiveness* (daya tanggap) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan secara tepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas . Daya tanggap berkenaan dengan ketersediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan dari pelanggan dengan tepat dan cepat.

Hubungan daya tanggap dengan kepuasan pelanggan adalah aspek daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan jika persepsi terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah. Hasil Penelitian dari Rischa Merinda (2012) jurnal Vol.1, No.1 dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Profira Surabaya menyatakan bahwa *ressponsivness* (daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

dan masih harus dibuktikan kebenarannya adalah

1. Diduga bahwa kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo.
2. Diduga bahwa kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo dan variabel yang paling dominan adalah *tangible* atau bukti fisik.

METODE PENELITIAN

Jenis dalam penelitian adalah penelitian kausal. Penelitian kausal merupakan penelitian yang memiliki tujuan utama membuktikan hubungan sebab akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel yang diteliti. Lokasi penelitian ini adalah Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic tepatnya di Taman Pinang Indah BB I – No.12 Sidoarjo. Di tempat inilah peneliti melakukan aktivitas penelitiannya yang berupa identifikasi permasalahannya, penyebaran angket, survei subyek penelitian, pencarian data gambaran umum perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo yang telah menggunakan jasa perawatan wajah yang berjumlah rata – rata sebanyak 430 orang per bulan dan pernah menggunakan jasa perawatan wajah maksimal dua kali. Untuk menentukan sampelnya menggunakan rumus slovin dan diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebanyak 207 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono,2010). Hal ini dilakukan sehubungan dengan keterbatasan waktu yang ada. Metode dalam pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Teknik pengambilan data menggunakan (1)observasi, obsevasi awal ini dilakukan untuk mengetahui fenomena kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo. (2)angket

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

dan untuk menguji angket apakah angket bisa digunakan untuk pengambilan data yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas.(3)dokumentasi untuk untuk memperoleh data yang berupa dokumen struktur organisasi, sejarah singkat dan gambaran umum tentang Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi karakteristik responden yang dapat diidentifikasi melalui beberapa faktor antara lain usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Responden berdasarkan usianya. Dari 207 responden, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berusia 16 – 25 Tahun sebanyak 102 orang (49,3%), responden yang berusia 26 – 35 tahun sebanyak 65 orang (31,4%), responden yang berusia 36 – 45 tahun sebanyak 25 orang (12,1%), dan yang berusia 46 – 55 tahun sebanyak 15 orang (7,2%). Hal tersebut dapat dideskripsikan bahwa berdasarkan usia paling banyak yaitu berjumlah 102 responden yang usianya 16 – 25 tahun. Berdasarkan karakteristik pekerjaan Dapat dilihat dari sebagian besar PNS sebesar 55 orang (26,6%), Sebanyak 105 orang (50,7%) sebagai pegawai swasta, sebanyak 15 orang (7,2%) masih berstatus sebagai pelajar/mahasiswa dan sebanyak 32 orang (15,5%) bekerja disektor lain (Ibu Rumah

Tangga). Hal tersebut dapat dideskripsikan bahwa berdasarkan pekerjaan yang paling banyak yaitu pegawai swasta yang berjumlah 105 responden. Berdasarkan karakteristik pendidikan terakhir Sebanyak 28 orang (13,5%) berpendidikan akhir SMP, 105 orang (50,7%) berpendidikan akhir SMA, Sebanyak 24 orang (11,6%) berpendidikan akhir D3, Sebanyak 50 orang (24,1%) lulusan S1. Hal tersebut dapat dideskripsikan bahwa berdasarkan Pendidikan terakhir paling banyak yaitu lulusan SMA yaitu berjumlah 105 responden.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Berdasarkan hasil penelitian untuk menguji ke normalan distribusi data dilakukan dengan melihat hasil Output Probability Plot dan hasil Uji Histogram. Hasil dari Output Probability Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, hasil ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Sedangkan hasil dari Grafik Histogram terlihat bahwa pembentukan garisnya yang teratur (tidak mengalami kemencengan). Sehingga penelitian ini dikatakan berdistribusi normal.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

b. Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam regresi dapat dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel lainnya. Jadi tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance , 0,10 atau sama dengan nilai $VIF > 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dengan alat bantu komputer yang menggunakan program SPSS 16 for windows. Diperoleh hasil:

Tabel 1
Hasil uji multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.392	.313		
Tangible	.472	.070	.854	1.171
Reliability	.158	.070	.841	1.189
Assurance	.134	.057	.859	1.164
Emphaty	.218	.059	.953	1.049
Ressponsivness	.169	.057	.829	1.206

Sumber : hasil olah data SPSS

Berdasarkan pada tabel 1 diatas, menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas

(X) yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10$, maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas atau bebas multikolinieritas, sehingga seluruh variabel bebas (X) tersebut dapat digunakan dalam penelitian. Sebaliknya Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan $VIF < 10$ maka terjadi multikolinieritas.

c. Heterokedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Dengan bantuan komputer yang menggunakan program SPSS 16 diperoleh hasil sebaran titik-titik yang acak baik dibawah angka 0 dari sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

2. Uji analisis linier berganda

Analisis model yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Peneliti melakukan olah data dengan menggunakan program SPSS dengan hasil regresi sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 2

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	-.392	.313		-1.250	.213		
Tangible	.472	.070	.387	6.713	.000	.854	1.171
Reliability	.158	.070	.130	2.247	.026	.841	1.189
Assurance	.134	.057	.135	2.356	.019	.859	1.164
Emphaty	.218	.059	.200	3.676	.000	.953	1.049
Responsiveness	.169	.057	.173	2.960	.003	.829	1.206

Dari tabel 2 diatas maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,392 + 0,472 X_1 + 0,158 X_2 + 0,134 X_3 + 0,218 X_4 + 0,169 X_5$$

Berdasarkan pada perumusan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut

- Nilai Konstanta yaitu sebesar -0,392 hal ini berarti apabila Nanisa Beauty & Dental Clinic tidak melakukan perubahan pada variabel *tangible*/bukti fisik (X1), *reliability* / keandalan (X2), *assurance* / jaminan (X3), *emphaty* / empati (X4), dan *responsiveness* / daya tanggap (X5) maka nilai / tingkat kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo menjadi negatif.
- Besarnya β_1 adalah sebesar 0,472. Artinya ,bahwa perubahan *tangible*

(X_1) (meningkat atau menurun) yang diberikan oleh Nanisa Beauty & Dental Clinic akan diikuti dengan kepuasan pelanggan (naik atau turun) sebesar 0,472. Dalam hal ini *tangible* di Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- Besarnya β_2 adalah sebesar 0,158. Artinya , bahwa perubahan *reliability* (X_2) (meningkat atau menurun) yang diberikan oleh Nanisa Beauty & Dental Clinic akan diikuti dengan kepuasan pealanggan (naik atau turun) sebesar 0,158. Dalam hal ini *reliability* Nanisa Beauty & Dental Clinic mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- Besarnya β_3 adalah sebesar 0,134. Artinya , bahwa perubahan *assurance* (X_3) (meningkat atau menurun) yang diberikan oleh Nanisa Beauty & Dental Clinic akan diikuti dengan kepuasan pelanggan (naik atau turun) sebesar 0,134. Dalam hal ini *assurance* Nanisa Beauty & Dental Clinic mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- Besarnya β_4 adalah sebesar 0,218. Artinya bahwa perubahan *emphaty* (X_4) (meningkat atau menurun) yang diberikan oleh Nanisa Beauty & Dental Clinic akan diikuti dengan kepuasan pelanggan (naik atau turun) sebesar 0,218. Dalam hal ini *emphaty* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

f. Besarnya β_5 adalah sebesar 0,169. Artinya, bahwa perubahan *responsiveness* (X_5) (meningkat atau menurun) yang diberikan oleh Nanisa Beauty & Dental Clinic akan diikuti dengan kepuasan pelanggan (naik atau turun) sebesar 0,169. Dalam hal ini *responsiveness* Nanisa Beauty & Dental Clinic mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 3
Data koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.430	.416	.30165

Sumber : data diolah peneliti

Dari tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi variabel bebas *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *emphaty* (X_4), *responsiveness* (X_5) terhadap perubahan nilai variabel terikat (kepuasan). Semakin tinggi nilai *Adjusted R Square* suatu persamaan regresi maka semakin baik model tersebut dalam menjelaskan perubahan nilai variabel terikat. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,416. Dari nilai tersebut menunjukkan bahwa *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *assurance* (X_3), *emphaty* (X_4), *responsiveness* (X_5) mempengaruhi perubahan nilai kepuasan pelanggan Nanisa

Beauty & Dental Clinic sebesar 0,416 atau 41,6 %. Sedangkan sisanya sebesar 0,584 atau 58,4 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti emosional, harga, lingkungan dan kemudahan tempat.

Berdasarkan hipotesis pertama ini diuji dengan menggunakan uji F, menurut hasil perhitungan menunjukkan F hitung sebesar 30,381 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%.

Tabel 4
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13.822	5	2.764	30.381	.000 ^a
Residual	18.290	201	.091		
Total	32.112	206			

Sumber : hasil olah data SPSS.

Dari tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa F hitung sebesar 30,381 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *assurane*, *emphaty*, *responsiveness* dan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sedangkan berdasarkan Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Tabel 5
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.392	.313		-1250	.213
x1.tot	.472	.070	.387	6.713	.000
x2.tot	.158	.070	.130	2.247	.026
x3.tot	.134	.057	.135	2.356	.019
x4.tot	.218	.059	.200	3.676	.000
x5.tot	.169	.057	.173	2.960	.003

Sumber : hasil olah data SPSS

Dari tabel 5 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Diperoleh t_{hitung} dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Bukti fisik (X1) sebesar 6,713 dengan nilai signifikansi 0.000, maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dengan demikian secara parsial variabel Bukti fisik (X1) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Klinik Kecantikan

Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo .

- b) Diperoleh t_{hitung} dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Keandalan (X2) sebesar 2,247 dengan nilai signifikansi 0.026, maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dengan demikian secara parsial variabel Keandalan (X2) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo.
- c) Diperoleh t_{hitung} dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Jaminan (X3) sebesar 2,356 dengan nilai signifikansi 0.019, maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dengan demikian secara parsial variabel Jaminan (X3) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo .
- d) Diperoleh t_{hitung} dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Empati (X4) sebesar 3,676 dengan nilai signifikansi 0.000, maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dengan demikian secara parsial variabel Empati (X4) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo .

- e) Diperoleh t_{hitung} dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Daya tanggap (X5) sebesar 2,960 dengan nilai signifikansi 0.003, maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dengan demikian secara parsial variabel Daya tanggap (X5) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari uji F yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*,

responsiveness, *assurance*, *emphaty* berpengaruh signifikan dan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo.

2. Dari uji t yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo.
3. Besarnya koefisien regresi untuk variabel *Tangible* / bukti fisik, merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo. Hal ini dikarenakan bukti fisik / bangunan di Klinik Nanisa Beauty & Dental Clinic ini bersih dan menarik, adanya fasilitas yang lengkap dan mendukung sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diberikan saran untuk meningkatkan layanan Nanisa Beauty & Dental Clinic tersebut, sebaiknya pihak pengelola :

1. Meningkatkan pelayanan dari aspek *assurance* atau jaminan, dengan meningkatkan aspek ini diharapkan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

dapat menambah kepercayaan bagi pelanggan terhadap klinik Nanisa Beauty & Dental Clinic. Untuk itu Nanisa Beauty & dental Clinic dapat menambah Lemari untuk menyimpan peralatan perawatan khusus agar terjaga kesterilannya dan kehygienisannya.

2. Diharapkan juga Nanisa Beauty & Dental Clinic ini lebih memperhatikan sikap karyawan dalam kemampuannya berkomunikasi kepada pelanggan dengan sopan, ramah dan mudah tersenyum. Hal ini diharapkan nantinya dapat membuat pelanggan Nanisa Beauty & Dental Clinic ini menjadi semakin merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.
3. Nanisa Beauty & Dental Clinic diharapkan untuk memberikan pelatihan dalam treatment wajah cara memijat bagi karyawan – karyawan Nanisa Beauty & Dental Clinic yang baru maupun yang kurang handal agar karyawan Nanisa lebih mengerti dan memahami jenis perawatan dan cara treatment dengan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.

Arief, Mts.2007. *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan*. Malang : Banyumedia Publising.

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Cetakan IV*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Rischa, Merinda. 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Profira Surabaya*. Jurnal (Online), Vol.1, No.1.

Nindhira, Rossellini. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan LBC (London Beauty Center) di Jakarta*. Jurnal (Online), Vol.2, No.1.

Ayu, Atika. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Kecantikan Bella Bumi Dirgantara Denpasar*. Tesis (Online)

Husen, Umar. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Cetakan ke-6. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip dan Kelvin Lane Keller (diterjemahkan oleh bob sabrana). 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 . Jilid 1. Terjemahan oleh Benyamin Molan. Jakarta : PT. indeks

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis*

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

- Kompetensi* , Edisi 3. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Maholtra, Naresh K. 2004. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jilid 1. Terjemahan oleh Soleh Rusyadi Maryam.2005. Jakarta : PT. Indeks.
- Mangkunegara, Prabu, Anwar. AA. DR.2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Reflika Aditama.
- Sarjono, Haryadi. 2011. *SPSS vs LISREL*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang.2004. *Perilaku Konsumen*.Bogor: Ghalia Indonesia
- Tim penyusun. 2006. *Panduan Penulisan dan Penilaian Skripsi Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya : Unipress.
- Tjiptono,Fandy.2006.*Manajemen Pemasaran Jasa*.Yogyakarta: Andi offset.
- _____.2008.*Strategi Pemasaran*.Yogyakarta: Andi offset
- _____.2012. *Service Quality*. Yogyakarta: Andi Offser.
- Agusty, Ferdinand, 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan disertai ilmu manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Schiffman,Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. PT.Indeks Puri Media Kembangan.
- Ayu, Atika. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Kecantikan Bella Bumi Dirgantara Denpasar*. Tesis (Online)
- <http://rumahcantikratu.blogspot.com>;
internet; accessed [Januari 2014]
- <http://nanisabeautyclinic.blogspot.com>
[Januari 2014]
- <http://wikipedia.com>; *internet; acceseed [Januari 2014]*