

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)
PADA YOURLIGIE SALON SMK 6 SURABAYA

Yona Oktafariska Sulu

Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, , Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

Email : yonaokta56@gmail.com

Octaverina Kecvara Pritasari¹, Mutimmatul Faidah², Sri Usodoningtyas³

^{1,2,3}Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, , Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

Email : octaverinakecvara@unesa.ac.id

Abstrak

Permasalahan utama yang diidentifikasi yourlige salon adalah penurunan jumlah pelanggan, yang berdampak pada omzet dan stabilitas operasional salon. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan di Yourlige Salon SMK 6 Surabaya menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan salon. Analisis dilakukan dengan perhitungan CSI untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap aspek tangible, reliability, assurance, responsiveness, dan empathy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berada pada angka 76,59%, yang mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Aspek yang paling memuaskan meliputi kualitas produk, kenyamanan fasilitas, dan profesionalisme pegawai, sementara kekurangan ditemukan pada keterampilan pegawai dan kelengkapan fasilitas. Kesimpulannya, meskipun layanan salon dinilai baik, perbaikan masih diperlukan dalam pelatihan pegawai dan peningkatan fasilitas.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, *customer satisfaction index* (CSI).

Abstract

The main issue identified yourlige salon is the decline in the number of customers, which affects the salon's revenue and operational stability. This study aims to analyze customer satisfaction levels at Yourlige Salon SMK 6 Surabaya using the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The research employs a quantitative approach with a survey design, where data is collected through questionnaires distributed to salon customers. The analysis is conducted using CSI calculations to measure customer satisfaction regarding tangible aspects, reliability, assurance, responsiveness, and empathy. The results indicate that the customer satisfaction level is 76.59%, suggesting that customers are satisfied with the services provided. The most satisfying aspects include product quality, facility comfort, and staff professionalism, while deficiencies were found in employee skills and facility completeness. In conclusion, although the salon's services are considered good, improvements are still needed in staff training and facility enhancement.

Keywords: customer satisfaction, *customer satisfaction index* (CSI).

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, pola hidup masyarakat turut mengalami transformasi yang signifikan, terutama dalam hal preferensi dan ekspektasi pelanggan dalam memilih produk dan layanan jasa. Perubahan ini didorong oleh kemajuan teknologi, akses informasi yang lebih luas, serta meningkatnya kesadaran pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka terima (Febriani & Dewi, 2019). Dalam kondisi ini, persaingan di sektor jasa semakin meningkat, yang mengharuskan setiap pelaku usaha untuk menyusun strategi efektif guna memberikan pelayanan terbaik serta mempertahankan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diterima, mereka cenderung menjadi pelanggan setia, yang pada akhirnya

dapat meningkatkan profitabilitas serta stabilitas pangsa pasar (Chung, 2017). Dalam dunia bisnis modern, kualitas layanan tidak lagi ditentukan oleh penyedia layanan semata, melainkan oleh sudut pandang pelanggan itu sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Al Idrus & Mm (2021), pelangganlah yang menilai kualitas layanan berdasarkan pengalaman mereka. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin tetap kompetitif harus berusaha memahami kebutuhan dan harapan pelanggan secara mendalam serta terus melakukan evaluasi terhadap layanan yang diberikan.

Di era globalisasi ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat baik di tingkat nasional maupun internasional (Siahaan & Agustini, 2021). Perusahaan yang mampu bertahan adalah mereka yang dapat menyediakan produk atau layanan berkualitas tinggi

yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya membawa berbagai keuntungan bagi perusahaan, seperti peningkatan loyalitas, pengurangan tingkat perpindahan pelanggan (*churn rate*), serta peningkatan efektivitas pemasaran (Iswahyudi et al., 2023). Hal ini juga berlaku pada industri kecantikan, di mana pelanggan mengharapkan layanan yang tidak hanya berkualitas tetapi juga memberikan nilai tambah bagi mereka. Berdasarkan penelitian Susanti (2022), industri salon kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan diri. Dengan semakin banyaknya pesaing baru yang bermunculan, setiap salon kecantikan harus berupaya memberikan layanan terbaik agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan.

Dalam konteks ini, SMK Negeri 6 Surabaya sebagai Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) turut serta dalam mengembangkan berbagai unit usaha, salah satunya adalah Yourligie Salon. Sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas pendidikan kejuruan, salon ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana praktik bagi siswa tetapi juga sebagai unit bisnis yang diharapkan dapat bersaing dengan salon kecantikan lainnya. Yourligie Salon berusaha menawarkan layanan berkualitas dengan fasilitas yang nyaman, kebersihan yang terjamin, serta interior yang menarik guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk memperkenalkan layanan ini kepada masyarakat, berbagai strategi pemasaran telah diterapkan, termasuk promosi digital dan sosial media. Namun, meskipun berbagai upaya telah dilakukan, data menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah pelanggan dan omzet dalam beberapa bulan terakhir. Berdasarkan laporan keuangan, omzet salon yang semula mencapai Rp935.000 pada bulan Januari mengalami peningkatan menjadi Rp1.535.000 pada bulan Februari. Namun, pada bulan-bulan berikutnya, terjadi tren penurunan dengan omzet sebesar Rp1.703.000 di bulan Maret dan menurun menjadi Rp1.385.000 pada bulan April. Situasi semakin memburuk dengan stagnasi omzet pada bulan Mei hingga Agustus, di mana tidak ada pemasukan yang tercatat. Penurunan ini mengindikasikan adanya permasalahan serius dalam daya tarik salon bagi pelanggan serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.

Fenomena ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti meningkatnya persaingan dengan salon lain yang menawarkan layanan lebih menarik atau perubahan tren kecantikan yang menyebabkan pelanggan beralih ke tempat lain (Tjiptono, 2022). Selain itu, kualitas layanan yang diberikan mungkin belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan, yang menyebabkan rendahnya

tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan langkah-langkah strategis yang dapat membantu Yourligie Salon dalam menarik kembali pelanggan serta meningkatkan omzet. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah melakukan analisis kepuasan pelanggan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang perlu diperbaiki serta memahami kebutuhan pelanggan secara lebih mendalam.

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa kualitas layanan memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Studi yang dilakukan oleh Hananto et al. (2024) mengungkapkan bahwa peningkatan mutu layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan berdampak pada loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian oleh Yola & Budianto (2023) serta Aulia & Oktarina (2024) menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, terutama dalam sektor jasa seperti salon kecantikan. Marliana (2024) menambahkan bahwa pelanggan yang puas dengan mutu layanan lebih cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Gunawan & Arifin (2024) juga menemukan bahwa faktor seperti keandalan, jaminan, dan empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Kalisa et al. (2024) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana mutu layanan tidak selalu berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Mereka berpendapat bahwa faktor lain, seperti loyalitas serta komitmen pelanggan terhadap suatu merek atau layanan, dapat memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam menentukan kepuasan pelanggan. Setiawan (2015) menegaskan bahwa kajian mengenai kepuasan pelanggan telah berkembang dari sekadar pengukuran tingkat kepuasan menjadi analisis model struktural yang lebih kompleks.

Dalam penelitian ini, metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara komprehensif. CSI merupakan metode analisis yang mempertimbangkan berbagai aspek layanan, seperti bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), serta empati (*empathy*). Proses analisis CSI melibatkan beberapa tahapan, termasuk penentuan *Mean Importance Score* (MIS), pembobotan faktor (*Weight Factors*/WF), perhitungan skor tertimbang (*Weight Score*/WS), serta penentuan indeks kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan Yourligie Salon dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan serta langkah-langkah yang

dapat diambil untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya saing salon.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

METODE

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis fenomena dengan menggunakan data dalam bentuk angka yang dapat diukur serta diolah secara statistik. Metode kuantitatif sendiri didasarkan pada filsafat positivisme yang berorientasi pada pengujian hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini berupaya mengeksplorasi hubungan antara variabel-variabel yang telah ditentukan dengan menggunakan analisis data yang bersifat kuantitatif. Sejalan dengan pernyataan Sugiyono (2019), metode kuantitatif menekankan pada penggunaan instrumen penelitian dalam pengumpulan data serta penggunaan statistik dalam proses analisis, yang pada akhirnya bertujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang dapat diuji secara ilmiah dan empiris.

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian survei, yang merupakan metode yang umum digunakan dalam penelitian sosial dan bisnis untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden yang telah dipilih. Penelitian survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket yang telah disusun sebelumnya. Sebagaimana dinyatakan oleh Sujarweni (2020), metode survei bertujuan untuk memperoleh informasi dari responden melalui daftar pertanyaan yang telah dirancang secara sistematis. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada pelanggan Yourligie Salon SMKN 6 Surabaya, yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di SMK Negeri 6 Surabaya, yang beralamat di Jalan Margorejo No. 76, Kecamatan Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur. Penelitian ini dijadwalkan berlangsung pada periode Mei hingga Juni 2024. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa Yourligie Salon di SMKN 6 Surabaya. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebanyak 49 orang. Dalam menentukan sampel penelitian, digunakan teknik random sampling, yang merupakan salah satu metode pengambilan sampel secara acak tanpa mempertimbangkan strata yang ada dalam populasi. Teknik ini bertujuan agar setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden, sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif. Untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan, penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

Dengan $N = 49$ dan $e = 0,1$, jumlah sampel yang dihitung adalah 33 orang.

Definisi operasional dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek utama. Yourligie Salon merupakan tempat perawatan kecantikan yang berlokasi di SMK Negeri 6 Surabaya. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diterima, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (1997). Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, digunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI), yaitu indeks yang didasarkan pada survei kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui angket dengan skala Likert yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan. Penilaian ini mencakup lima aspek kualitas layanan, yaitu *Tangibles* (bukti nyata), *Reliability* (keandalan), *Assurance* (jaminan), *Responsiveness* (ketanggapan), dan *Empathy* (perhatian) (Tjiptono & Chandra, 2016).

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI), yang menilai seberapa puas pelanggan dengan layanan berdasarkan atribut kualitas yang telah diukur. CSI dihitung dengan rumus:

$$CSI = \frac{\sum (\text{nilai kepuasan pelanggan} \times \text{berat atribut})}{\text{total atribut}}$$

Dengan menghitung CSI, peneliti dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan salon.

Tabel 1. Kriteria Kepuasan Pelanggan Berdasarkan CSI

Nilai CSI	Kriteria Kepuasan
0-40%	Sangat Tidak Puas
41-60%	Tidak Puas
61-80%	Puas
81-100%	Sangat Puas

Sumber: Tandilino et al. (2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) mencakup beberapa tahap utama yang saling berkaitan. Pertama, *Mean Importance Score* (MIS) dihitung untuk mengetahui rata-rata pentingnya setiap aspek menurut pelanggan. Selanjutnya, *Mean Satisfaction Scores* (MSS) dihitung untuk menggambarkan kepuasan pelanggan terhadap setiap aspek tersebut. Setelah itu, *Weight Factors* (WF) ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan aspek dalam keseluruhan penilaian. Kemudian, *Weight Score* (WS) diperoleh dengan mengalikan MSS dengan WF. Akhirnya, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dihitung dengan menjumlahkan

seluruh WS dan membaginya dengan total bobot untuk mendapatkan indeks kepuasan keseluruhan. Hasil CSI dikategorikan dalam lima tingkat kepuasan, mulai dari Sangat Tidak Puas hingga Sangat Puas, guna memberikan gambaran lebih jelas mengenai persepsi pelanggan terhadap layanan.

Tabel 2. Perhitungan CSI

	MIS	WF	MSS	WS
Peralatan dan fasilitas yang disediakan sudah lengkap dan memadai.	2,34	2,07	2,52	5,22
Ruang tunggu yang digunakan nyaman (tersedia kipas angin/ AC/ TV/ wifi)	4,18	3,70	3,91	14,48
Tersedianya kotak saran dan kritik untuk perbaikan layanan salon.	3,88	3,43	3,94	13,53
Tersedianya brosur untuk penyebaran informasi mengenai layanan salon.	4,27	3,78	4,09	15,48
Penampilan pegawai yang profesional.	4,18	3,70	3,94	14,59
Yourligie salon memiliki layanan yang lebih unggul dari pada salon lainnya.	4,03	3,57	4,00	14,28
Harga yang diberikan oleh Yourligie salon sesuai dengan kualitas yang diberikan.	4,12	3,65	4,00	14,60
Pagawai salon cepat dan tanggap terhadap permintaan customer	2,76	2,44	2,33	5,70
Prosedur pelayanan yang diberikan oleh salon cukup jelas dan memudahkan customer dalam melakukan pelayanan	4,30	3,81	4,00	15,24
Pegawai salon bertanggung jawab atas tugasnya dalam melayani customer	4,36	3,86	3,97	15,34
Pegawai salon memiliki kompetensi keahlian yang baik dalam melayani setiap permintaan customer	2,94	2,60	2,70	7,03
Pegawai salon menunjukkan sikap percaya diri, siap, dan ramah dalam melayani customer	4,39	3,89	3,94	15,33
Yourligie salon menepati janji termasuk mengenai iklan dan promosi yang diberikan	4,15	3,68	3,91	14,37
Cara pegawai salon dalam memberikan pelayanan menimbulkan kepercayaan	4,30	3,81	3,94	15,01
Produk yang digunakan dalam salon terbukti original, tidak kadaluarsa, dan aman.	4,52	4,00	4,06	16,24
Pegawai salon memiliki kompetensi keahlian sesuai bidangnya.	2,88	2,55	2,85	7,27

Tersedianya saluran telepon, email, atau petugas khusus dalam melayani setiap keluhan customer	4,27	3,78	3,76	14,22
Kecepatan pegawai salon dalam menangani setiap keluhan dari customer	4,30	3,81	3,94	15,01
Kecepatan pegawai salon dalam memberikan pelayanan konsultasi maupun pertanyaan dari customer	4,30	3,81	3,91	14,90
Selalu siap sedia memberikan pelayanan kepada customer	4,36	3,86	3,94	15,22
Sikap pegawai salon yang selalu sigap apabila terdapat kesalahpahaman dengan customer.	4,39	3,89	3,91	15,21
Adanya kemudahan dalam memperoleh informasi	4,06	3,60	3,85	13,84
Memberikan perhatian secara penuh terhadap setiap customer	4,15	3,68	3,94	14,48
Kepekaan Yourligie salon dalam memperhatikan setiap kritik dan saran yang diberikan	4,24	3,76	3,97	14,91
Pelayanan yang diberikan tidak membedakan status.	4,15	3,68	3,94	14,48
Adanya tempat parkir yang aman dan nyaman.	4,33	3,84	4,03	15,47
Interior ruangan (ruangan pelayanan, ruang tunggu, toilet, AC, dst) nyaman.	4,42	3,92	4,06	15,91
Karyawan salon menunjukkan sikap yang sopan dan menghormati saya sebagai pelanggan.	4,30	3,81	4,09	15,59
Total				382,95

Sumber: Data Primer diolah (2024)

$$CSI = \frac{382,95}{5} \times 100\%$$

$$CSI = 76,59 \text{ (Puas)}$$

Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) di Yourligie Salon, aspek keaslian, keamanan, dan kualitas produk mendapat skor tertinggi (WS 16,24), menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Faktor lain seperti kenyamanan ruangan, keamanan parkir, serta keramahan pegawai juga berkontribusi positif, menghasilkan nilai CSI keseluruhan sebesar 76,59%, yang masuk dalam kategori puas. Namun, beberapa aspek masih perlu diperbaiki, seperti kelengkapan fasilitas (WS 5,22), responsivitas pegawai (WS 5,70), serta kompetensi keahlian pegawai (WS 7,03 dan 7,27). Oleh karena itu, peningkatan fasilitas, pelayanan, dan keterampilan pegawai menjadi kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di masa mendatang.

Pembahasan

Kepuasan pelanggan dalam industri jasa kecantikan, seperti salon, dipengaruhi oleh berbagai aspek yang mencerminkan kualitas layanan. Dalam penelitian mengenai kepuasan pelanggan di Yourligie Salon SMK 6 Surabaya menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), ditemukan bahwa meskipun pelanggan secara umum merasa puas dengan layanan yang diberikan, terdapat beberapa aspek yang masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Aspek yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (ketanggapan), dan *empathy* (empati). Setiap aspek ini memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan salon.

Aspek *tangible* dalam layanan salon mencakup fasilitas, peralatan, serta lingkungan fisik yang tersedia bagi pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek *tangible* di Yourligie Salon SMK 6 Surabaya masih memiliki kelemahan yang perlu diperbaiki, terutama dalam kelengkapan peralatan dan fasilitas salon. Dalam dunia salon, aspek *tangible* mencerminkan kualitas layanan dari segi kenyamanan ruang tunggu, kebersihan lingkungan, serta ketersediaan fasilitas pendukung seperti AC, TV, Wi-Fi, serta alat-alat kecantikan yang modern. Oleh karena itu, investasi dalam fasilitas modern, perawatan berkala terhadap peralatan, serta peningkatan tata letak interior salon sangat diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Keandalan dalam layanan salon mencakup kepatuhan terhadap jadwal janji temu pelanggan, ketepatan waktu dalam menyelesaikan layanan, serta konsistensi hasil layanan seperti pemotongan rambut, pewarnaan, atau perawatan wajah. Pelanggan menginginkan layanan yang sesuai dengan ekspektasi mereka setiap kali mereka berkunjung. Untuk meningkatkan *reliability*, pelatihan internal mengenai standar layanan, manajemen waktu yang lebih baik, serta sistem pemesanan janji temu yang efektif dapat membantu pegawai dalam memberikan layanan yang lebih konsisten. Salon juga dapat menerapkan *Quality Control* (QC) dengan melakukan pengecekan terhadap hasil layanan sebelum pelanggan meninggalkan salon guna memastikan kepuasan mereka.

Untuk meningkatkan kualitas layanan salon dan memastikan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, perlu dilakukan peningkatan pada beberapa aspek utama yang masih kurang. Standar salon yang berkualitas mencakup tiga elemen utama, yaitu layanan profesional, fasilitas yang memadai, dan produk berkualitas tinggi. Dengan memperbaiki peralatan dan fasilitas, meningkatkan *responsiveness* pegawai, serta memastikan

standar salon yang lebih tinggi dalam layanan dan produk, salon dapat mencapai standar industri yang lebih baik dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan di masa mendatang.

Hasil penelitian dengan metode CSI menunjukkan bahwa peningkatan fasilitas, *responsiveness* pelayanan, serta kompetensi pegawai menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Yourligie Salon. Penelitian Mutmainah et al. (2021) menekankan pentingnya investasi dalam fasilitas fisik dan modal manusia untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Sementara itu, Graha (2020) menyoroti peran pelatihan karyawan dalam meningkatkan keterampilan dan kinerja mereka. Dengan investasi dalam peralatan, sumber daya manusia, dan sistem *feedback* pelanggan yang lebih baik, Yourligie Salon dapat meningkatkan skor CSI dan mempertahankan reputasinya sebagai penyedia layanan berkualitas tinggi.

PENUTUP

Simpulan

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan Yourligie Salon, terutama dalam aspek kualitas produk yang original dan aman, kenyamanan interior ruangan, serta sikap sopan karyawan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas produk, fasilitas yang nyaman, dan profesionalisme pegawai berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti kelengkapan fasilitas serta kecepatan dan keterampilan pegawai dalam melayani pelanggan. Dengan peningkatan pada aspek ini, tingkat kepuasan pelanggan dapat semakin ditingkatkan secara menyeluruh.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Yourligie Salon sebaiknya meningkatkan fasilitas fisik agar kenyamanan pelanggan lebih optimal. Selain itu, pelatihan intensif bagi pegawai diperlukan untuk meningkatkan *responsiveness* dan keterampilan dalam melayani pelanggan dengan lebih baik. Penambahan staf juga bisa menjadi solusi untuk mempercepat layanan. Dengan perbaikan di ketiga aspek ini, pengalaman pelanggan dapat semakin memuaskan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan penelitian diperluas dengan mempertimbangkan faktor demografi pelanggan, seperti usia, jenis kelamin, dan latar belakang sosial-ekonomi, guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kepuasan pelanggan. Penggunaan metode kombinasi antara CSI dan pendekatan kualitatif, seperti wawancara atau diskusi kelompok, juga dapat membantu menggali lebih jauh harapan pelanggan serta memberikan rekomendasi

yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Idrus, S., & Mm, M. A. (2021). *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian: Konsep Danteorori*. Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Pelanggan Di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Universitas Brawijaya Press.
- Graha, A. N. (2020). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kemampuan Karyawan dan Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Gatra Mapan Malang). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 1(2), 75–93.
- Gunawan, A., & Arifin, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Bretonia. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 270–282.
- Hananto, D., Sulistiani, D. A., Syarifatunnisa, M. A., & Fitriah, V. N. (2024). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Peningkatan Mutu dan Kualitas Produk Pada Kopi Konnichiwa Pamulang. *Journal Of Community Sustainability*, 1(2), 31–38.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., & Lova, A. N. (2023). *Manajemen Pemasaran: Strategi dan Praktek yang Efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kalisa, T., Bakaruddin, B., & Nofirda, F. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Rudy Salon Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 3(2), 1012–1026.
- Kotler, P., & Amstrong. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 1). Prenballindo.
- Marliana, L. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 19–27.
- Mutmainah, U. K., Disman, D., & Kurniawati, S. (2021). Pengaruh Investasi dan Human Capital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Tahun 2011-2020. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 3(1), 195–206.
- Rohaeni, H & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Siahaan, S. D. N., & Agustini, F. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Customer Satusfaction Index 73 (CSI) (Studi Kasus Pada BNI Unimed). *Journal Of Business And Economics Research (JBE)*, 2(2), 13–19.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*. Cv Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru.
- Susanti, E. (2022). Marketing Communication Barbie Salon Pekanbaru Dalam Membentuk Brand Awareness. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau*.
- Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Edisi 4). Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Penerbit Andi.