

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS HASIL *TREATMENT SULAM ALIS TEKNIK OMBRE* DI SALON BBC HAIR AND BEAUTY STUDIO

Tasya Vinanda Pangestuti

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

tasya.20045@mhs.unesa.ac.id

Octaverina Kecvara Pritisari, Sri Dwiyanti, Novia Restu Windayani

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

octaverinakecvara@unesa.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kepuasan pelanggan dilihat dari aspek persepsi harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap *treatment* sulam alis teknik ombre di BBC hair and beauty studio dan kualitas hasil *treatment* sulam alis teknik ombre di BBC hair and beauty studio. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Metode yang digunakan untuk memperoleh data yaitu dengan membagikan kuisioner diukur dengan skala likert. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau Indeks Kepuasan Pelanggan digunakan untuk mengolah hasil analisis. Nilai rata-rata indeks kepuasan pelanggan terhadap aspek persepsi harga yaitu 0,81 dengan tingkat kepuasan sangat puas, nilai rata-rata indeks kepuasan pelanggan terhadap aspek kualitas pelayanan yaitu 0,82 dengan tingkat kepuasan sangat puas, nilai rata-rata indeks kepuasan pelanggan terhadap aspek fasilitas yaitu 0,78 dengan tingkat kepuasan puas. Aspek tingkat kepuasan pelanggan *treatment* sulam alis teknik ombre yang paling tinggi yaitu aspek kepuasan pelayanan. Kualitas hasil didapatkan nilai rata-rata 0,85 dengan tingkat kepuasan sangat puas, jadi kualitas hasil *treatment* sulam alis sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kata Kunci: sulam alis, sulam alis teknik ombre, persepsi harga, kualitas pelayanan, fasilitas, kualitas hasil.

Abstract

The purpose of this study was to determine customer satisfaction in terms of price perception, service quality, and facilities for ombre eyebrow embroidery treatment at BBC hair and beauty studio and the quality of the results of ombre eyebrow embroidery treatment at BBC hair and beauty studio. The type of quantitative descriptive research used by the author in this study. The method used to obtain data is by distributing questionnaires measured by a Likert scale. The Customer Satisfaction Index (CSI) method is used to process the results of the analysis. The average value of the customer satisfaction index for the price perception aspect is 0,81 with a very satisfied level of satisfaction, the average value of the customer satisfaction index for the service quality aspect is 0,82 with a very satisfied level of satisfaction, the average value of the customer satisfaction index for the facility aspect is 0,78 with a satisfied level of satisfaction. The highest aspect of customer satisfaction for ombre eyebrow embroidery treatment is the aspect of service satisfaction. The quality of the results obtained an average value of 0,85 with a very satisfied level of satisfaction, so the quality of the eyebrow embroidery treatment results is in accordance with customer expectations.

Keywords: *eyebrow embroidery, ombre technique eyebrow embroidery, price perception, service quality, facilities, quality of results.*

PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang paling penting bagi perempuan merupakan kecantikan (Purbarani, 2013). Kecantikan dinilai dari karakter, kecakapan, hingga pengetahuan. Secara kasat mata, kecantikan perempuan dinilai melalui bentuk yang proporsional, berat badan, tinggi badan yang proporsional, rona rambut yang sesuai, tatanan gigi yang rapi, bentuk bibir, rahang, bentuk hidung yang proporsi, bentuk mata dan alis, bentuk kaki dan tangan, dan tentu saja yang paling terlihat terletak pada warna kulit (Jefferson & Stake, 2012). Dalam menjalankan aktivitasnya, perempuan ingin tampil

cantik karena penampilan dianggap penting sebagai gambaran diri serta akan menjadi nilai bagi orang lain untuk menilai kepribadian. Salah satunya pada bagian alis. Sulam alis merupakan salah satu *treatment* yang dipilih untuk mendapatkan alis yang proporsi.

Menurut Helvin Jeni Putri, 2024 sulam alis menjadi pilihan bagi wanita karier yang tidak memiliki waktu luang dan wanita yang tidak pandai berdandan untuk mempercantik diri. Sulam alis merupakan salah satu *treatment* yang masuk dalam kategori *Permanent Makeup*. Sulam alis merupakan teknik menyuntikkan

pigmen warna yang terbuat dari tinta herbal pada bagian kulit terluar (epidermis).

Semakin banyaknya jasa sulam alis yang ditawarkan oleh salon kecantikan dan klinik kecantikan menjadikan bisnis sulam alis memiliki persaingan ketat. Namun, karena *skill* yang dimiliki *brow specialist* berbeda-beda jadi hasil yang diciptakan juga berbeda. Hal ini membuat salon kecantikan harus memanfaatkan peluang yang ada semaksimal mungkin untuk tetap meningkatkan harga, kualitas, fasilitas serta memberikan inovasi-inovasi baru agar dapat mempertahankan bisnis sulam alis dari persaingan ketat. (Rini Mutianisa, dkk, 2024)

Terciptanya kepuasan pelanggan yang memiliki manfaat bagi hubungan selaras antara pelanggan dan perusahaan, hingga akhirnya dapat memberikan respon baik dari pelanggan untuk melakukan pembelian ulang atau loyal maka perusahaan harus mewujudkan kualitas hasil yang baik (Martha & Jordan, 2022). Pelanggan memiliki penilaian layanan, sehingga pelanggan akan melakukan perbandingan kualitas hasil sulam alis dengan salon lain pada *treatment* yang sama apabila kualitas hasil yang diberikan bermanfaat. Dapat disimpulkan bahwa jika apa yang menjadi tujuan perusahaan tersebut dapat dimaksimalkan dengan baik maka kualitas dapat tercapai. Reputasi perusahaan akan semakin baik, apabila perusahaan menghasilkan kualitas yang baik. Kualitas hasil adalah pandangan konsumen yang digunakan untuk mengukur hasil dari aktivitas layanan jasa yang diterima melalui evaluasi penilaian sehingga menciptakan kepuasan pelanggan (Brady dan Cronin (dalam Utami, 2006: 252))

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian pribadi untuk produk atau jasa dari suatu penyedia jasa. Kepuasan pelanggan menjadi kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan (Zeithaml, Bitner dan Gramler, 2009, 104). Ada beberapa aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: Menurut Tjiptono, 2019 (76), persepsi harga adalah proses pelanggan memahami nilai harga barang dan jasa yang diinginkan, saat pelanggan menilai dan memeriksa harga barang dan jasa biasanya dipengaruhi oleh perilaku pelanggan untuk mengatur dan menentukan diterima atau tidaknya sebuah produk dan jasa. Fasilitas, Kotler et al, 2016, mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dapat ditunjang oleh sebuah fasilitas berupa peralatan fisik yang baik dan disediakan oleh perusahaan guna untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan, F. Tjiptono dan G. Chandra, 2011 (198), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan pandangan konsumen yang digunakan untuk mengukur baik atau tidaknya kualitas atau keunggulan sebuah produk atau jasa melalui evaluasi penilaian.

Pengamatan di Salon Kecantikan BBC *hair and beauty* studio mengungkapkan sejumlah masalah yaitu berkurangnya pelanggan sulam alis karena bertambahnya pesaing bisnis sulam alis di Kota Blitar. Namun, masih ada beberapa pelanggan lama yang masih berlangganan *treatment* sulam alis di BBC *hair and beauty* studio karena hasil *treatment* sulam alis di BBC *hair and beauty* studio memuaskan dan bertahan lama kurang lebih selama 2 tahun. Pelanggan *treatment* sulam alis mulai dari umur 20 tahun hingga 50 tahun, mereka melakukan *treatment* karena beberapa alasan yaitu untuk mempersingkat waktu *make up*, bentuk alis yang berbeda antara kiri dan kanan, serta yang tidak pandai menggambar alis.

Ada beberapa teknik sulam alis yang ada di BBC *hair and beauty* studio Kota Blitar, namun saat ini ada 1 teknik sulam alis yang sangat diminati oleh pelanggan yaitu teknik sulam alis ombre. Menurut santi, teknik sulam alis ombre adalah teknik yang digunakan untuk menonjolkan gradasi warna dan hasilnya terlihat seperti menggambar alis yang natural serta hampir semua bentuk wajah cocok dengan sulam alis teknik ombre. Selama 1 bulan pelanggan sulam alis teknik ombre di BBC hair and beauty studio dapat mencapai 90 sampai 100 pelanggan, dalam 1 hari BBC hair and beauty studio menerima 3 sampai 4 pelanggan sulam alis teknik ombre.

Peneliti melakukan penelitian kepuasan pelanggan dilihat dari aspek persepsi harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap *treatment* sulam alis teknik ombre serta kualitas hasil *treatment* sulam alis teknik ombre di BBC hair and beauty studio. Guna untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan *treatment* sulam alis teknik ombre serta kualitas hasil *treatment* sulam alis teknik ombre di BBC Hair and Beauty studio, maka peneliti melakukan penelitian ini.

METODE

Penelitian dilakukan pada bulan November 2024 hingga selesai di Salon Kecantikan BBC Hair and Beauty studio, Kota Blitar. Objek yang diteliti adalah pelanggan sulam alis teknik ombre di BBC hair and beauty studio. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan memiliki nilai yang tidak pasti, sehingga diperlukan perhitungan untuk menentukan jumlah sampel.

Rumus perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu rumus *Lemeshow*. Menurut Riyanto & Hatmawan, 2020 (13), Rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti. Peneliti membutuhkan responden untuk diteliti dan yang dianggap cukup untuk diteliti sebanyak 100 responden. Data mentah yang didapatkan berasal dari penyebaran kuisioner. Dalam penelitian ini untuk menyebarkan

kuesioner menggunakan cara *purposive sampling*. Purposive sampling adalah cara pengambilan sampel yang sesuai dengan kriteria-kriteria dan memanfaatkan platform Google form yang tentunya teknik ini juga cocok untuk penelitian kuantitatif. Rumus *Lemeshow* tersebut adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2_1 - \frac{\alpha}{2} P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p=Maksimal Etimasi disarankan 0,5 untuk populasi tidak diketahui

d = Tingkat kesalahan 10% adalah 0,10

Salon kecantikan BBC hair and beauty studio memerlukan metode yang benar untuk mengetahui tanggapan, keinginan, dan harapan pelanggan. Menurut beberapa literatur dan jurnal, metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dapat digunakan pada penelitian ini karena dapat mengukur serta menganalisis kepuasan pelanggan secara menyeluruh namun tingkat kepentingan pelayanan harus diperhatikan. Dalam penelitian ini data yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan adalah data skala *likert* sebagai skala indikator.

Tabel 1. Kriteria Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kriteria	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Pada penelitian ini, dari setiap variabel ditetapkan indikator yang akan diukur maka menjadi item pernyataan sebanyak 24 item. Agar dapat menjadi informasi yang berguna untuk penelitian ini, data yang digunakan masih harus diolah lebih lanjut. Berikut merupakan uji yang digunakan.

1. Uji Validitas

Digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner harus menggunakan Uji Validitas. Jika ada kesamaan antara data yang sesungguhnya dan data yang terkumpul maka penelitian dianggap valid. (Sugiono, 2018 (267))

nilai signifikan < dari $\alpha = 0,05$ maka valid

nilai signifikan > dari $\alpha = 0,05$ maka tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono, 2018 (268), derajat ketetapan dan kestabilan data atau temuan disebut dengan Uji Reliabilitas. Jika data yang menghasilkan kesimpulan tidak konsisten dari waktu ke waktu atau kesimpulan

yang tidak proposisional, maka tidak dapat di proses karena data tidak reliabel. Sebaliknya, jika kesimpulan dari penilaian mendapatkan hasil yang konsisten maka data tersebut dinilai reliabel.

nilai Cronbach Alpha $\alpha > 0,60$ maka reliabel

nilai Cronbach Alpha $\alpha < 0,60$ maka tidak reliabel

3. Customer Satisfaction Indeks (CSI)

Metode yang digunakan untuk menilai atau mengukur seberapa besar konsumen telah puas dengan pelayanan berdasarkan Indikator tertentu yaitu metode *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*(dikutip dari skripsi Anggraeni, dkk, 2015). Cara untuk mengidentifikasi level kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja yang diharapkan akan lebih mudah dengan menggunakan *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*. Menurut Suprayanto (Dikutip dari skripsi Raida Dwiana Yasmin, et al, 2023, 56-66) rumus CSI atau Indeks Kepuasan Pelanggan yaitu:

$$IKP = \frac{(f_1 \times S_1) + (f_2 \times S_2) + (f_3 \times S_3) + (f_4 \times S_4) + (F_5 \times S_5)}{\Sigma f \times 5}$$

Keterangan :

IKP = Indeks Kepuasan Konsumen

F1 = Jumlah responden yang menjawab sangat tidak puas

F2 = Jumlah responden yang menjawab tidak puas

F3 = Jumlah responden yang menjawab netral

F4 = Jumlah responden yang menjawab puas

F5 = Jumlah responden yang menjawab sangat puas

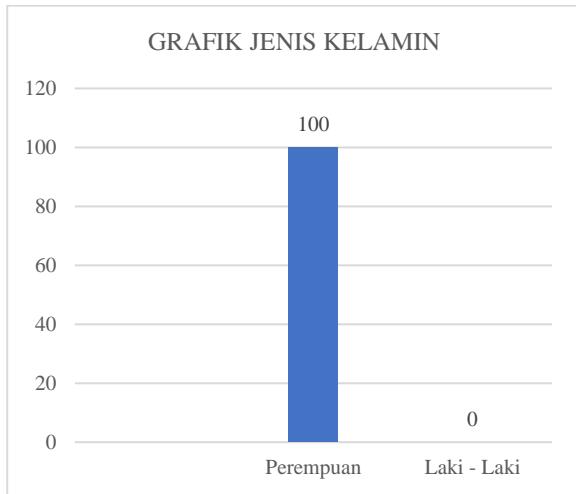
Tabel 2. Tingkat Kepuasan Pelanggan

Angka Indeks	Kategori
< 0,20	Sangat tidak puas
0,21 - 0,40	Tidak puas
0,41 – 0,60	Netral
0,61 – 0,80	Puas
> 0,81	Sangat puas

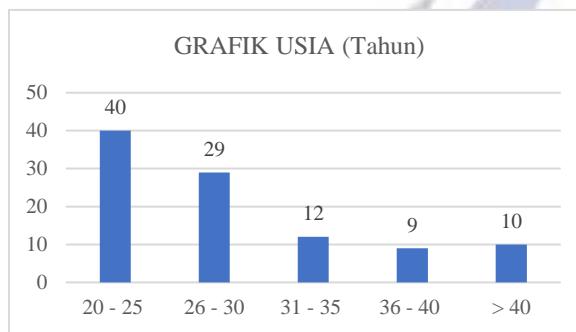
Sumber : Suparyanto dalam Wowor, 2015

HASIL DAN PEMBAHASAN

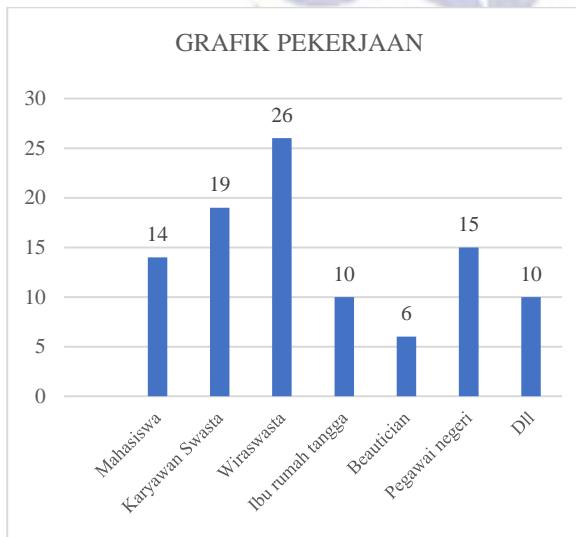
Berdasarkan hasil pengumpulan data menggunakan kuesioner, pada penelitian ini karakteristik responden akan dibagi menjadi tiga kelompok yaitu jenis kelamin, usia, dan pekerjaan responden.



Gambar 1. Grafik Jenis Kelamin



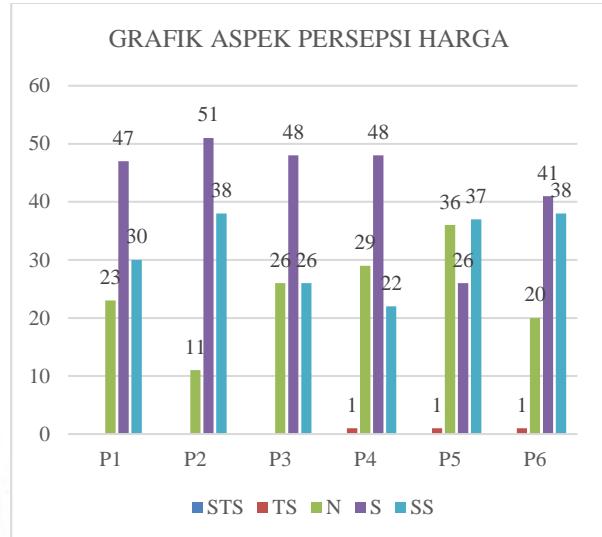
Gambar 2. Grafik Usia



Sumber : Data Primer yang diolah, 2024
Gambar 3. Grafik Pekerjaan

Hasil grafik karakteristik responden dapat dijelaskan bahwa seluruh responden adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 100 orang, responden terbesar berusia 20-25 tahun yakni sebanyak 40 orang, pekerjaan responden terbesar adalah wiraswasta berjumlah 26 orang.

1. Aspek Persepsi Harga

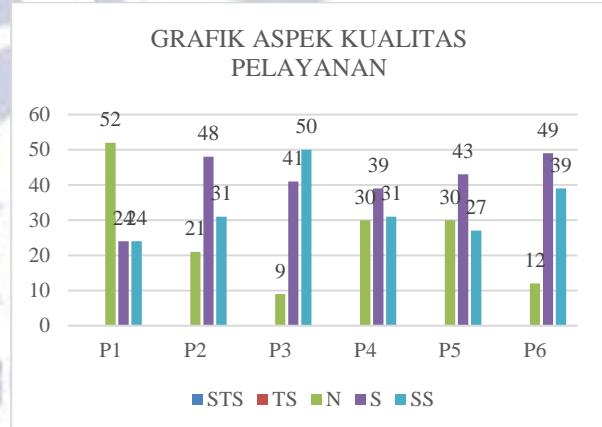


Gambar 4. Grafik Persepsi Harga

Dapat dilihat bahwa nilai rata-rata tertinggi indikator persepsi harga adalah pernyataan no. 2 dengan nilai sebesar 4,27. Sedangkan indikator persepsi harga dengan pernyataan no. 4 menjadi indikator terendah dengan nilai sebesar 3,99. Rata-rata nilai indikator diperoleh dari rumus :

$$\frac{((f_1x_1) + (F_2x_2) + (F_3x_3) + (F_4x_4) + (F_5x_5))}{Jumlah Responden}$$

2. Aspek Kualitas Pelayanan

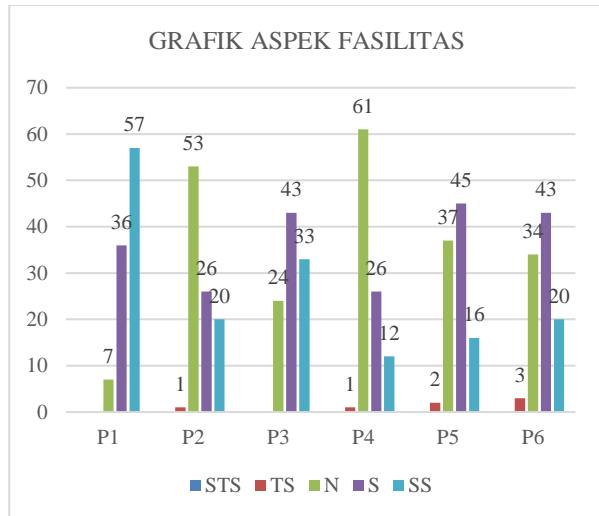


Gambar 5. Grafik Kualitas Pelayanan

Dapat dilihat bahwa rata-rata nilai tertinggi indikator kualitas pelayanan adalah pada pernyataan no. 9 dengan nilai sebesar 4,41. Sedangkan indikator kualitas pelayanan memiliki hasil rata-rata paling rendah adalah pernyataan no. 7 memiliki nilai 3,72. Nilai rata-rata indikator diperoleh dari rumus :

$$\frac{((f_1x_1) + (F_2x_2) + (F_3x_3) + (F_4x_4) + (F_5x_5))}{Jumlah Responden}$$

3. Aspek Fasilitas

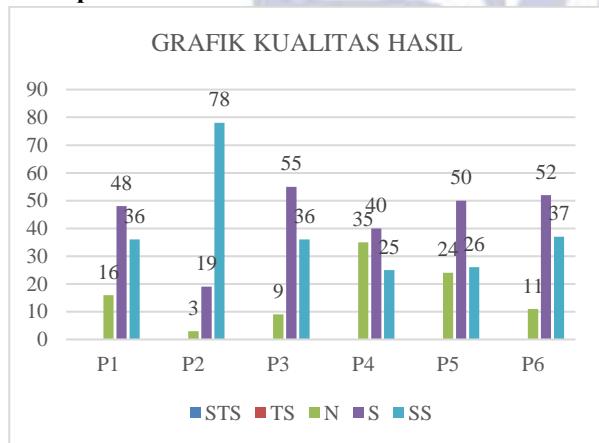


Gambar 6. Grafik Fasilitas

Dapat dilihat bahwa rata-rata nilai paling tinggi indikator fasilitas adalah pernyataan no. 13 dengan nilai sebesar 4,5. Sedangkan indikator fasilitas memiliki hasil rata-rata paling rendah adalah pernyataan no. 16 memiliki nilai 3,49. Nilai rata-rata indikator diperoleh dari rumus :

$$((f_1x_1) + (F_2x_2) + (F_3x_3) + (F_4x_4) + (F_5x_5)) / \text{Jumlah Responden}$$

4. Aspek Kualitas Hasil



Gambar 7. Grafik Kualitas Hasil

Rata-rata nilai paling tinggi indikator kualitas hasil adalah pernyataan no. 20 dengan nilai sebesar 4,75. Sedangkan indikator kualitas hasil dengan pernyataan no. 22 menjadi indikator paling rendah dengan nilai 3,9. Rata-rata nilai indikator diperoleh dari rumus :

$$((f_1x_1) + (F_2x_2) + (F_3x_3) + (F_4x_4) + (F_5x_5)) / \text{Jumlah Responden}$$

5. Hasil Penelitian Data Kuantitatif

a. Uji Validitas

Tabel 3. Rekapitulasi Uji Validitas Persepsi Harga (X_1)

Item	Nilai R Hitung	Nilai R Table	Keterangan
1	0,678	0,1966	Valid
2	0,498	0,1966	Valid
3	0,695	0,1966	Valid

4	0,649	0,1966	Valid
5	0,517	0,1966	Valid
6	0,509	0,1966	Valid

Tabel 4. Rekapitulasi Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Item	Nilai R Hitung	Nilai R Table	Keterangan
1	0,678	0,1966	Valid
2	0,498	0,1966	Valid
3	0,695	0,1966	Valid
4	0,649	0,1966	Valid
5	0,517	0,1966	Valid
6	0,509	0,1966	Valid

Tabel 5. Rekapitulasi Uji Validitas Fasilitas (X_3)

Item	Nilai R Hitung	Nilai R Table	Keterangan
1	0,678	0,1966	Valid
2	0,498	0,1966	Valid
3	0,695	0,1966	Valid
4	0,649	0,1966	Valid
5	0,517	0,1966	Valid
6	0,509	0,1966	Valid

Tabel 6. Rekapitulasi Uji Validitas Kualitas Hasil (Y)

Item	Nilai R Hitung	Nilai R Table	Keterangan
1	0,613	0,1966	Valid
2	0,505	0,1966	Valid
3	0,531	0,1966	Valid
4	0,638	0,1966	Valid
5	0,608	0,1966	Valid
6	0,598	0,1966	Valid

b. Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas		
	Nilai Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
Persepsi Harga (X_1)	0,609	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,61	0,6	Reliabel
Fasilitas (X_3)	0,689	0,6	Reliabel
Kualitas Hasil (Y)	0,612	0,6	Reliabel

Pada tabel diatas, didapatkan nilai reliabilitas persepsi harga adalah 0,609; nilai reliabilitas kualitas pelayanan adalah 0,610; nilai reliabilitas fasilitas adalah 0,689; dan nilai reliabilitas kualitas hasil adalah 0,612. Maka variabel-variabel pada penelitian dikatakan terpercaya karena nilai reliabilitas lebih dari 0,600 (Priantiliani Tiasari dan Rosyida, 2023)

c. Analisis Kepuasan Pelanggan ditinjau dari aspek persepsi harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap treatment sulam alis teknik ombre di BBC hair and beauty studio.

1) Tingkat Kepuasan Berdasarkan Aspek Persepsi Harga

Rata-rata hasil indeks kepuasan pelanggan sebesar 0,81 untuk persepsi harga dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas dengan persepsi harga yang sesuai dengan hasil treatment sulam alis teknik ombre di BBC Hair and Beauty Studio.

Tabel 8. Frekuensi Pelanggan yang berkaitan dengan aspek persepsi harga treatment sulam alis teknik ombre

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	IKP	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1.	P1	0	0	23	47	30	0,81	Sangat Puas
2.	P2	0	0	11	51	38	0,85	Sangat Puas
3.	P3	0	0	26	48	26	0,80	Puas
4.	P4	0	1	29	48	22	0,78	Puas
5.	P5	0	1	36	26	37	0,80	Puas
6.	P6	0	1	20	41	38	0,83	Sangat Puas
Rata-rata IKP (Persepsi Harga)							0,81	Sangat Puas

2) Tingkat Kepuasan Berdasarkan Aspek Kualitas Pelayanan

Hasil indeks kepuasan pelanggan memiliki rata – rata IKP sebesar 0,82 untuk kualitas pelayanan dengan

nilai tersebut menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas dengan kualitas pelayanan *treatment* sulam alis teknik ombre di BBC Hair and Beauty Studio.

Tabel 9. Frekuensi Kepuasan Pelanggan yang berkaitan dengan aspek kualitas pelayanan treatment sulam alis teknik ombre

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	IKP	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1.	P7	0	0	53	24	24	0,74	Puas
2.	P8	0	0	21	48	31	0,82	Sangat Puas
3.	P9	0	0	9	41	50	0,88	Sangat Puas
4.	P10	0	0	30	39	31	0,80	Puas
5.	P11	0	0	30	43	27	0,79	Puas
6.	P12	0	0	12	49	39	0,85	Sangat Puas
Rata-rata IKP (Kualitas Pelayanan)							0,82	Sangat Puas

3) Tingkat Kepuasan Berdasarkan Aspek Fasilitas.

Hasil indeks kepuasan pelanggan memiliki rata – rata IKP sebesar 0,78 untuk fasilitas yaitu dengan nilai

tersebut menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan tersedianya fasilitas *treatment* sulam alis teknik ombre di BBC Hair and Beauty Studio.

Tabel 10. Frekuensi Kepuasan Pelanggan yang berkaitan dengan aspek fasilitas treatment sulam alis teknik ombre

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	IKP	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1.	P13	0	0	7	36	57	0,90	Sangat Puas
2.	P14	0	1	53	26	20	0,73	Puas
3.	P15	0	0	24	43	33	0,82	Sangat Puas
4.	P16	0	1	61	26	12	0,70	Puas
5.	P17	0	2	37	45	16	0,75	Puas
6.	P18	0	3	34	43	20	0,76	Puas
Rata-rata IKP (Fasilitas)							0,78	Puas

4) Tingkat Kepuasan Berdasarkan Aspek Kualitas Hasil

Hasil indeks kepuasan pelanggan memiliki rata – rata IKP sebesar 0,85 untuk kualitas hasil dengan nilai

tersebut menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas dengan kualitas hasil dari *treatment* sulam alis teknik ombre di BBC Hair and Beauty Studio.

Tabel 11. Frekuensi Kepuasan Pelanggan yang berkaitan dengan aspek kualitas hasil treatment sulam alis teknik ombre

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	IKP	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1.	P19	0	0	16	48	36	0,84	Sangat Puas
2.	P20	0	0	3	19	78	0,95	Sangat Puas
3.	P21	0	0	9	55	36	0,85	Sangat Puas
4.	P22	0	0	35	40	25	0,78	Puas
5.	P23	0	0	24	50	26	0,80	Puas
6.	P24	0	0	11	52	37	0,85	Sangat Puas
Rata-rata IKP (Kualitas Hasil)							0,85	Sangat Puas

d. Kualitas hasil *treatment* sulam alis teknik ombre di BBC hair and beauty studio.

Berdasarkan hasil pengolahan data, rata – rata nilai indeks kepuasan pelanggan terhadap aspek kualitas hasil

sebesar 0,85 dengan nilai tersebut masuk dalam kategori pelanggan sangat puas. Berdasarkan hasil penelitian yang telah saya lakukan, kualitas hasil dari *treatment* sulam alis teknik ombre di BBC hair and beauty studio

yaitu hasil sulam alis terlihat natural dan sesuai dengan bentuk wajah klien, gradasi warna yang dihasilkan terlihat lembut dan menyatu, teknik yang digunakan menghasilkan titik halus karena menggunakan pena mikro yang sangat halus yang dapat meminimalisir rasa sakit selama melakukan *treatment* sulam alis teknik ombre serta hasil sulam alis dapat bertahan lama hingga 2 tahun sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, terlihat rata-rata nilai indeks kepuasan pelanggan sebesar 0,81 untuk persepsi harga yang termasuk dalam kategori sangat puas, rata-rata nilai indeks kepuasan pelanggan sebesar 0,82 untuk kualitas pelayanan yang juga termasuk dalam kategori sangat puas, rata-rata nilai indeks kepuasan pelanggan mencapai 0,78 untuk fasilitas yang berarti pelanggan merasa puas. Dari data ini dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah faktor paling memuaskan pelanggan.

Hasil analisis data menunjukkan rata-rata indeks kepuasan pelanggan mencapai 0,85 untuk kualitas hasil termasuk dalam kategori sangat puas. Kualitas hasil sulam alis teknik ombre di BBC hair and beauty studio terlihat sangat alami dan sesuai dengan bentuk wajah pelanggan. Selain itu, transisi warna yang dihasilkan terlihat lembut dan menyatu. Teknik yang diterapkan menghasilkan titik-titik yang halus, karena menggunakan jarum mikro yang sangat kecil sehingga mengurangi rasa sakit sesuai dengan harapan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil dan analisis penelitian ini, disarankan agar BBC *Hair and Beauty* Studio memperluas fasilitasnya untuk memberikan kenyamanan lebih kepada pelanggan saat menjalani *treatment* sulam alis dengan teknik ombre. Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya, dengan harapan agar penelitian selanjutnya dapat lebih banyak menggunakan berbagai variabel untuk meneliti aspek-aspek yang perlu diteliti. Peneliti menyadari penelitian ini mempunyai beberapa kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, memerlukan penelitian lanjutan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, L. D., Deoranto, P., & Ikasari, D. M. 2015. *Analisis persepsi konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index*. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 4(2), 74-81.
- Helvin, Jeni Putri, Trimeilinda Fadhilah, Raissa Fakhriyah El Mahdi, An Najwa Khairunnisa Begum, Susi Ramadhani: . 2024. "Penggunaan Tinta sulam pada Kecantikan Ditinjau Dalam Pandangan Hukum Islam). *Journal of Educational Sciences*. Vol 1 (2) 2024.
- Jefferson, D. L., & Stake, J. E. (2012). *Appearance Self- Attitude of African American and European American Women: Media Comparisons and Internalization of Beauty Ideals*. *Journal of American Psychological Association*" *Psychology of Woman Quarterly*. Wiley Periodicals, Inc., 396-409.
- Kotler, P. Dan K. L. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 2. Terjemahan Oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- 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.
- Mutianisa, Rini. 2024. "Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha". *Jurnal Kewirausahaan Cerdas dan Digital*. Vol 1 (2) : hal. 10-17.
- Purbarani, Vidya Hanesty, and Suryono Budi Santoso. Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, diferensiasi produk, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang). Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2013.
- Riyanto & Hatmawan. 2020, *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Sleman : Deepublish
- Rosyida, S. H., & Pariantiningtiasari, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek*. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 656–665.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy and Gregorius Chandra. 2011. *Service Quality Satisfaction*. CV. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empa
- Yasmin, R. D., Pariansyah, A. I., Nurhasanah, N., Al Fallah, M. D., & Fikriyah, S. H. 2023. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Minuman Teh*

Mimici Kota Bogor. *Agridevina: Berkala Ilmiah Agrabisnis*, 12(1), 56-66.

Zeithaml, Bitner, dan Gremler. 2009. **Service Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm.**

