AL-DYAS
Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat

p-ISSN : 2964-4992
e-ISSN : 2964-4984

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/aldyas.v4i1.4395

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ELEGANT SALON DI KOTA PADANG

Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Elegant Salon in Padang City

Jeny Cartika Tonapa[1], Imas Nurcahayani[2], Siska Miga Dewi[3]
Universitas Negeri Padang
siskamigadewi@fpp.unp.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Nov 18, 2024	Dec 4, 2024	Dec 14, 2024	Dec 19, 2024

Abstract

The salon industry in Padang City is experiencing rapid development along with the increasing public awareness of self-care and appearance. In an increasingly fierce competitive situation, service quality is a key factor in determining customer satisfaction and their loyalty. This study aims to analyze the effect of service quality provided by Elegant Salon on customer satisfaction. The approach used in this research is quantitative with descriptive and explanatory designs. The research sample consisted of 100 customers selected by purposive sampling, and data were collected through a questionnaire that measured service quality based on the five dimensions of SERVQUAL (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence) and the level of customer satisfaction. The collected data were analyzed using descriptive statistics and simple linear regression tests. The results showed that service quality has a positive and significant influence on the level of customer satisfaction, with the dimensions of reliability and empathy being the most influential factors. The implication of this research is to provide recommendations to Elegant Salon to improve service quality, especially in dimensions that have a major effect on customer

Jurnal Al-DYAS is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

satisfaction, in order to retain customers and increase competitiveness in a competitive market.

Keywords*:* Service Quality, Customer Satisfaction, Elegant Salon

Abstrak: Industri salon di Kota Padang mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan perawatan diri dan penampilan. Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh Elegant Salon terhadap kepuasan pelanggan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain deskriptif dan eksplanatori. Sampel penelitian terdiri dari 100 pelanggan yang dipilih secara purposive sampling, dan data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur kualitas layanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) serta tingkat kepuasan pelanggan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, dengan dimensi keandalan dan empati menjadi faktor yang paling berpengaruh. Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan rekomendasi kepada Elegant Salon untuk meningkatkan kualitas layanan, terutama pada dimensi yang berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, guna mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, Elegant Salon

PENDAHULUAN

Industri jasa kecantikan di Indonesia, khususnya salon, telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya penampilan dan gaya hidup (Putri & Syahuri, 2024). Kota Padang, sebagai salah satu kota besar di Sumatera Barat, turut merasakan dampak dari fenomena ini. Salon-salon kecantikan di kota ini semakin diminati oleh berbagai kalangan, baik untuk perawatan diri maupun untuk memenuhi kebutuhan estetika lainnya (Rukmawati & Dzulkarnain, 2015). Salah satu pemain utama di industri ini adalah Elegant Salon, yang telah merasakan dampak positif dari meningkatnya permintaan terhadap layanan kecantikan. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menjadi kunci utama yang menentukan keberhasilan jangka panjang suatu usaha salon (Susiladewi, 2020).

Perkembangan industri kecantikan yang pesat ini tidak terlepas dari era digitalisasi yang sedang berlangsung (Wahyuni & Achiria, 2019). Masyarakat kini tidak hanya mengandalkan informasi yang datang dari mulut ke mulut, tetapi juga dari berbagai platform digital, seperti media sosial, aplikasi ulasan, dan situs-situs online. Informasi tentang kualitas layanan salon kini dapat dengan mudah diakses oleh konsumen, sehingga mereka menjadi

lebih selektif dan kritis dalam memilih tempat perawatan. Oleh karena itu, kualitas layanan menjadi faktor yang sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dalam konteks ini, memahami dan mengelola kualitas layanan secara efektif akan memungkinkan salon untuk tidak hanya mempertahankan pelanggan setia, tetapi juga menarik pelanggan baru melalui rekomendasi positif di dunia maya.

Kualitas layanan, dalam kerangka yang lebih luas, mencakup pemenuhan ekspektasi pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian jasa (Haryanto, 2013). Hal ini tidak hanya berlaku pada produk yang diberikan, tetapi juga pada proses pelayanan yang diterima oleh konsumen. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas layanan dapat diukur dengan lima dimensi utama, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Kelima dimensi ini mencakup semua aspek yang perlu diperhatikan oleh penyedia jasa untuk memastikan kepuasan pelanggan. Dalam industri salon, kualitas layanan yang baik akan berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas cenderung akan kembali lagi dan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain (Liung & Liung, 2017).

Namun, dalam industri salon yang sangat kompetitif, kualitas layanan saja tidak cukup untuk mempertahankan pelanggan. Pelanggan saat ini lebih menuntut pengalaman yang menyeluruh, yang tidak hanya terbatas pada layanan yang diberikan, tetapi juga pada interaksi dengan staf, kenyamanan tempat, serta kemudahan akses informasi. Dalam hal ini, penerapan teknologi menjadi sangat penting. Teknologi digital, seperti sistem pemesanan online, pengelolaan feedback pelanggan, dan pemanfaatan media sosial untuk komunikasi, telah menjadi bagian integral dari pengalaman pelanggan (Wardani, 2023). Tren ini semakin diperkuat oleh situasi pasca-pandemi COVID-19, di mana banyak konsumen mengharapkan kemudahan dan kenyamanan dalam mendapatkan layanan tanpa harus datang langsung ke lokasi.

Bidang kualitas layanan jasa kecantikan menunjukkan bahwa teknologi digital kini semakin berperan penting dalam mendukung pengalaman pelanggan yang optimal. Penelitian-penelitian terkini mengungkapkan bahwa digitalisasi dalam industri kecantikan, seperti penggunaan aplikasi untuk pemesanan online dan konsultasi virtual, telah mengubah cara pelanggan berinteraksi dengan penyedia layanan. Menurut penelitian oleh Zeng et al. (2020), salon yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, seperti melalui aplikasi pemesanan atau sistem penilaian layanan secara digital, dapat

memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan. Hal ini sejalan dengan temuan dalam studi yang dilakukan oleh Lee dan Lin (2022), yang menunjukkan bahwa salon yang menerapkan teknologi untuk meningkatkan pelayanan tidak hanya mendapatkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, tetapi juga memiliki tingkat loyalitas yang lebih kuat.

Selain itu, kualitas layanan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti teknologi, tetapi juga oleh faktor internal, seperti pelatihan dan motivasi staf. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan berperan sangat penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Karyawan yang terlatih dengan baik dan memiliki pemahaman yang jelas tentang pentingnya kualitas pelayanan akan lebih mampu memenuhi harapan pelanggan, terutama dalam hal komunikasi, efisiensi, dan keramahan. Dalam hal ini, strategi peningkatan kualitas layanan di salon tidak hanya melibatkan perbaikan teknologi, tetapi juga peningkatan keterampilan karyawan dalam memberikan layanan yang memuaskan.

Kepuasan pelanggan dalam industri salon tidak hanya diukur dari hasil layanan itu sendiri, tetapi juga dari bagaimana pengalaman pelanggan selama berada di salon. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan bergantung pada perbandingan antara ekspektasi dan kenyataan yang mereka alami. Jika pelanggan merasa bahwa pengalaman mereka lebih baik dari yang diharapkan, maka mereka akan merasa puas. Sebaliknya, jika pengalaman mereka jauh dari ekspektasi, ketidakpuasan akan muncul. Dalam hal ini, penting bagi Elegant Salon untuk memahami ekspektasi pelanggan dan bagaimana cara mewujudkannya melalui peningkatan kualitas layanan yang terus-menerus.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh Elegant Salon terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan di salon, termasuk peran teknologi digital, keterampilan karyawan, serta elemen-elemen lain yang berkontribusi pada pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana strategi peningkatan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung daya saing Elegant Salon di pasar yang semakin kompetitif ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan eksplanatori untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Elegant Salon. Sampel penelitian terdiri dari 100 pelanggan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pelanggan yang telah menggunakan layanan salon dalam tiga bulan terakhir dan memenuhi kriteria tertentu. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang terdiri dari dua bagian utama: pertama, untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik), dan kedua, untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan perbandingan antara ekspektasi dan pengalaman yang diterima. Skala Likert digunakan untuk menilai setiap dimensi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan. Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Validitas instrumen diuji dengan analisis korelasi Pearson, sementara reliabilitas diukur menggunakan alpha Cronbach. Penelitian ini juga memperhatikan etika penelitian, dengan memastikan partisipasi sukarela dan kerahasiaan responden. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan yang mendalam tentang hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya saing Elegant Salon di pasar yang kompetitif.

HASIL.

Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters[a]	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,16197076
Most Extreme Differences	Absolute	0,142
	Positive	0,114
	Negative	-0,142
Kolmogorov-Smirnov Z		0,819
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,514

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Olahan Data Primer 2024

Sumber: Olahan Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui bahwa nilai residual Asymp Sig (2-tailed) menghasilkan nilai yang besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,514 dan dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana data hasil penelitian tersebar berdasarkan garis regresi yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Kriteria untuk menerima hipotesis alternatif (Ha) adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan penjelasan tersebut, hasil penelitian yang telah dilakukan menghasilkan nilai-nilai yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Linearitas

Nilai Sig	α	Keterangan
0,915	0,05	Linear

Sumber: Olahan Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwa data X terhadap Y didapatkan nilai signifikan 0,915 > alfa 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang liniear antara variable kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa Elegant Salon di Kota Padang.

Pengujian Hipotesis

Uji Koefisien Determinal R^2

Analisis koefisien dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Analisis Determinal R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,797[a]	0,635	0,623	0,165

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber: Olahan data primer 2024

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,635 berarti 63,5% faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk menggunakan jasa Elegant Salon di Kota Padang dapat dijelaskan oleh factor kualitas layanan. Sedangkan 36,5% (100% - 63,5%) dijelaskan oleh factor yang lain tidak diteliti oleh penulis.

PEMBAHASAN

1. Kualitas Layanan di Jasa Elegant Salon di Kota Padang

Berdasarkan Hasil dan analisis kualitatif terhadap masing-masing dimensi kualitas layanan yang terdiri dari oleh 5 indikator, yaitu *realibility, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*. Berikut uraian masing-masing indikator kualias pelayanan di jasa Elegant Salon Kota Padang.

Dalam penelitian ini, dimensi ***reliability*** mencakup aspek-aspek seperti komunikasi staf, kesopanan, dan kerapian penampilan staf di Elegant Salon Kota Padang, yang berperan penting dalam pelayanan kepada seluruh pelanggan. Kualitas layanan pada indikator reliability menunjukkan hasil yang baik, dengan persentase pencapaian kualitas layanan mencapai 81,58%. Berdasarkan kriteria yang diungkapkan oleh Sugiyono (2017), tingkat capaian responden di antara 66% - 84% dapat dikategorikan sebagai baik.

Pada indikator ***responsiveness***, penelitian ini menilai kemampuan staf dalam merespon setiap pelanggan secara tepat waktu, cepat, dan cermat, serta dalam menangani keluhan pelanggan di Elegant Salon Kota Padang. Sapaan yang diberikan oleh staf kepada setiap pelanggan merupakan hal yang sangat baik dalam sistem pelayanan publik, yang dapat menciptakan rasa dihargai bagi pelanggan. Secara keseluruhan, kemampuan staf di Elegant Salon Kota Padang dapat dikategorikan sebagai baik.

Indikator ***assurance*** dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang baik, mencerminkan kemampuan untuk memberikan keyakinan dan membangun rasa percaya diri pelanggan agar tetap menggunakan jasa di Elegant Salon Kota Padang. Analisis terhadap indikator *assurance* menunjukkan bahwa kualitas layanan publik di salon tersebut berada dalam kategori baik. Semua pernyataan yang terdapat dalam indikator ini menghasilkan respons positif dari pelanggan.

Sementara itu, indikator ***empathy*** mencerminkan perhatian yang diberikan kepada pelanggan dalam pelayanan di Elegant Salon Kota Padang. Staf salon menunjukkan kesediaan untuk mengutamakan kepentingan pelanggan, dengan sikap yang ramah, sopan, santun, tidak diskriminatif, serta menguasai informasi. Mereka juga terbuka terhadap kritik dan saran, serta sangat menghargai setiap pelanggan. Indikator *empathy* meliputi pengutamaan kepentingan pelanggan, sikap layanan yang ramah dan sopan, toleransi, perhatian, serta keterbukaan terhadap kritik. Berdasarkan analisis kualitatif, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam indikator ini menunjukkan hasil yang baik.

Indikator ***tangible*** menunjukkan hasil yang baik, karena analisis kualitatif yang dilakukan terhadap indikator ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan pada semua pernyataan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori baik. Pernyataan tersebut mencakup fasilitas, lingkungan, suhu ruangan, serta interior dan eksterior yang digunakan dalam melayani pelanggan di Elegant Salon Kota Padang.

Secara keseluruhan, pembahasan mengenai indikator kualitas layanan menunjukkan hasil yang baik. Sebagian besar indikator tersebut diterapkan dengan profesionalisme dan kompetensi tinggi oleh pihak Elegant Salon di Kota Padang.

2. Pelanggan di Jasa Elegant Salon di Kota Padang

Berdasarkan hasil analisis kualitatif terhadap masing-masing dimensi kepuasan pelanggan, yang mencakup 5 indikator, yaitu tercapainya harapan pelanggan, terpenuhinya kebutuhan pelanggan, tercapainya keinginan pelanggan, keinginan untuk menggunakan layanan yang sama kembali, dan keinginan untuk merekomendasikan salon, hasil analisis deskriptif terhadap kepuasan pelanggan di Elegant Salon Kota Padang menunjukkan bahwa harapan yang diberikan oleh layanan secara keseluruhan telah terpenuhi dengan baik. Hal ini tercermin dari banyaknya tanggapan positif yang diberikan oleh responden terhadap kondisi masing-masing indikator kepuasan pelanggan. Keberhasilan ini tidak terlepas dari pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh Elegant Salon Kota Padang, dimana kualitas layanan yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, indikator kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang positif, dengan tingkat pencapaian kepuasan sebesar 80,48%. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017), tingkat pencapaian responden yang berada dalam rentang 66%-84% termasuk dalam kategori baik.

3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Jasa Elegant Salon Kota Padang

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Elegant Salon Kota Padang kepada pelanggan tergolong baik. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai rata-rata variabel 4,08 dengan nilai TCR mencapai 81,58%. Di sisi lain, kepuasan pelanggan di Elegant Salon Kota Padang juga masuk dalam kategori baik, dibuktikan dengan diperolehnya skor rata-rata kepuasan pelanggan sebesar 4,02 dan nilai TCR sebesar 80,48%.

Dapat disimpulkan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang optimal. Dengan pelayanan yang baik, kepuasan pelanggan dapat tercapai. Setelah merasa puas dengan produk dan layanan yang diterima, pelanggan akan membandingkan kualitas layanan yang diberikan. Jika pelanggan benar-benar merasa puas, mereka akan melakukan pembelian ulang dan menceritakan pengalaman positifnya kepada orang lain, serta merekomendasikan jasa kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan perlu memikirkan secara serius pentingnya pelayanan kepada pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan. Saat ini, semakin diakui bahwa pelayanan merupakan aspek krusial dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis dan memenangkan persaingan.

Berdasarkan hasil pengelolaan data tersebut, penelitian yang dilakukan oleh (Ismail, 2021), dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung", menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor indihome gegerkalong Kota Bandung.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh (Saripudin, 2021) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid", menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan diperolehnya nilai sig lebih kecil dari nilai alpha dan t hitung lebih kecil dari f hitung.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cahyono, 2008) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap

Kepuasan Pelanggan Brown Salon di Tunjungan Plaza Surabaya", dalam penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan Brown salon sebesar 62,9%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil:

1. Kualitas layanan di Elegant Salon tergolong baik, yang dibuktikan dengan nilai rata-rata variabel harga sebesar 4,08 dan nilai TCR sebesar 81,58%.
2. Tingkat kepuasan pelanggan di Elegant Salon juga berada dalam kategori baik, dengan skor rata-rata kepuasan sebesar 4,02 dan nilai TCR sebesar 80,48%.

Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Elegant Salon Kota Padang

DAFTAR PUSTAKA

Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.

Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh sistem informasi manajamen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di pt. jasaraharja putra cabang Bengkulu. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, *6*(1).

Astuti, H. J. (2012). Analisis kepuasan konsumen (servqual model dan important performance analysis model). *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, *7*(1), 29587.

Cahyono, M. (2008). *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan brown salon di Tunjungan Plaza Surabaya* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).

Haryanto, E. (2013). Kualitas layanan, fasilitas dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor samsat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *1*(3).

Liung, H., & Liung, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Di Moderasi Harga. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, *8*(01), 78568.

Putri, C. W., & Syahuri, T. (2024). Rintisan Beautypreneur Berbasis Teknologi Dalam Industri Salon Depok Kelurahan Pasir Gunung Selatan (Rt. 02 RW. 02). *IKRA-ITH ABDIMAS*, *8*(2), 244–255.

Rukmawati, D. R., & Dzulkarnain, I. (2015). Konstruksi Kecantikan di Kalangan Wanita Karier (di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan). *DIMENSI-Journal of Sociology*, *8*(1).

Susiladewi, S. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupi Datu Banjarbaru. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, *7*(2), 45–64.

Wahyuni, U., & Achiria, S. (2019). Peran Trend dan Motif HijrahTerhadap Pembelian Busana Muslimah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *1*(2), 1–17.

Wardani, S. (2023). Transformasi Interaksi Bisnis dan Konsumen dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban*, *3*(2), 26–35.