

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta

Tiara Sabilla Azra^{1*}, Nurina Ayuningtyas², Lilis Jubaedah³

^{1,2,3}Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Corresponding Author's e-mail : tsabilla25@gmail.com



e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada>

Vol. 04, No. 08 Agustus, 2026

Page: 3547-3556

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v4i8.3224>

Article History:

Received: Juni 13, 2026

Revised: Juli 22, 2026

Accepted: Agustus 19, 2026

Abstract : The beauty service industry has grown significantly in recent years. Amidst intense salon business competition, service quality strategies are crucial for influencing long-term customer satisfaction. This study examines the effect of service quality on customer satisfaction at Salon D'el Jasmint, State University of Jakarta. Using a quantitative survey method, 96 respondents were selected through purposive sampling based on the Lemeshow formula. Data were collected via Likert-scale questionnaires and analysed using simple linear regression, *t*-test, and coefficient of determination. Results show that service quality significantly affects customer satisfaction, evidenced by a significance value (*Sig.*) < 0.001 and a calculated *t*-value of 11.675, exceeding the *t*-table value of 1.986, thus H_0 is rejected and H_a accepted. The coefficient of determination indicates that service quality contributes 59.2% to customer satisfaction, while the remaining 40.8% is influenced by other factors outside this research model.

Keywords : Customer Satisfaction, Service Quality, Salon D'el Jasmint.

Abstrak : Perkembangan industri jasa kecantikan mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Di tengah persaingan bisnis salon yang semakin kompetitif, penerapan strategi kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Salon D'el Jasmint, Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik purposive sampling yang terdiri atas 96 responden, dengan jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus Lemeshow. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linear sederhana, uji *t*, dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Salon D'el Jasmint, Universitas Negeri Jakarta. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil uji *t* yang menunjukkan nilai signifikansi (*Sig.*) < 0,001 dan nilai *t* hitung sebesar 11,675 yang lebih besar daripada nilai *t* tabel sebesar 1,986, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi

sebesar 59,2% terhadap variabel kepuasan pelanggan di Salon D'el Jasmin, sedangkan sisanya sebesar 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Salon D'el Jasmin.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan sangat pesat, termasuk sektor jasa kecantikan seperti salon. Pertumbuhan ini didorong oleh perubahan gaya hidup modern, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri, serta tren kecantikan yang terus berkembang. Bagi sebagian besar masyarakat, khususnya wanita, perawatan kecantikan tidak lagi dianggap sebagai kebutuhan sekunder, tetapi sudah menjadi kebutuhan penting untuk mendukung penampilan dan kepercayaan diri. Menurut Kotler dan Keller (2016), industri jasa berkembang karena mampu memberikan nilai tambah berupa pengalaman, kenyamanan, serta kepuasan bagi pelanggan.

Pada sektor kecantikan, salon menjadi salah satu sektor yang paling dinamis karena menawarkan layanan yang meliputi perawatan wajah, rambut, dan tubuh dengan tujuan meningkatkan estetika sekaligus memberikan rasa relaksasi kepada pelanggan. Selain itu, salon juga berperan dalam membantu pelanggan mengelola stres dan meningkatkan rasa percaya diri melalui pelayanan profesional. Bisnis salon kecantikan dapat dikategorikan sebagai usaha yang menjanjikan, sebab setiap wanita pada dasarnya ingin tampil cantik dan menarik. Salah satu cara untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan melakukan perawatan diri di salon. Keberhasilan suatu bisnis jasa sangat bergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan yang unggul, konsisten, dan berorientasi pada pelanggan (Lovelock dan Wirtz, 2011).

Pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan. Salah satu contoh salon yang sekaligus berfungsi sebagai sarana pembelajaran adalah Salon D'el Jasmin yang berada di Universitas Negeri Jakarta. Salon ini merupakan ruang *teaching factory* yang bertujuan untuk menghubungkan pembelajaran di perguruan tinggi dengan kebutuhan dunia industri. Selain memberikan pelayanan kecantikan kepada pelanggan, Salon D'el Jasmin juga menjadi tempat bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan teknis, pengalaman kerja, serta kemampuan dalam mengelola usaha jasa kecantikan sebagai bekal memasuki dunia kerja.

D'el Jasmin memiliki terapis/beautician yang merupakan mahasiswa program studi D4/S1 tata rias yang dibagi dalam beberapa kelompok dan bertugas secara bergantian setiap dua minggu dan berlangsung selama satu semester. Setiap kelompok terdiri dari enam hingga tujuh orang, dan masing – masing mahasiswa dalam tiap kelompok tersebut diwajibkan memenuhi target pelayanan sebanyak 25 *treatment*. Layanan perawatan kecantikan yang ada pada salon D'el Jasmin, meliputi *hair treatment* (*hair spa*, *hair mask*, *hair toning*, dan *creambath*), *hair styling* (*cuci blow*, pewarnaan rambut, dan pemotongan rambut), *nail Treatment* (*manicure*, *pedicure*, *nail art*), serta *face treatment* seperti *facial manual*. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Ghina (Mahasiswa Tata Rias 2023, 22 Oktober 2025), ditemukan permasalahan.

Ghina menyampaikan bahwa dari berbagai jenis layanan yang ditawarkan, hanya beberapa layanan tertentu seperti *hair treatment*, *hair cutting*, *hair coloring*, dan *nail treatment* yang paling banyak diminati, sementara layanan lain seperti *facial manual* relatif jarang dipilih. Fenomena ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dan kenyamanan pelanggan masih bergantung pada individu tertentu, bukan pada sistem pelayanan salon. Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan salah satu aspek penting dalam industri jasa, termasuk pada usaha salon kecantikan. Kualitas pelayanan berperan dalam menciptakan kepuasan pelanggan karena pelanggan akan menilai pelayanan berdasarkan kesesuaian antara harapan dengan pelayanan yang diterima (Tjiptono & Chandra, 2019). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin sesuai dengan harapan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi aspek yang penting karena dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Salon D'el Jasmint terdapat perbedaan pada keterampilan dan kompetensi antar mahasiswa menyebabkan perbedaan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Pada *teaching factory*, kondisi ini seharusnya dapat diminimalisir melalui adanya 11 pendampingan dari dosen atau tenaga ahli, dalam setiap proses pelayanan. Pendampingan dari dosen atau tenaga ahli memiliki peran penting dalam memastikan pelayanan yang diberikan tetap sesuai dengan standar profesional, sekaligus sebagai sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam meningkatkan keterampilan teknis dan kemampuan pelayanan. Namun, pada kenyataannya pendampingan tersebut belum sepenuhnya optimal, sehingga berpotensi memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Permasalahan lain yang ditemukan adalah belum adanya instrumen khusus untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan di salon D'el Jasmint.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ghina, hingga saat ini pihak salon belum memiliki alat ukur atau kuesioner yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Sehingga pihak salon belum memiliki data yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Pengukuran kepuasan pelanggan perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta menjadi masukan dalam melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan usaha jasa, termasuk salon kecantikan. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan kembali menggunakan layanan, merekomendasikannya kepada orang lain, serta membangun loyalitas terhadap penyedia jasa (Tjiptono & Chandra, 2019). Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas dapat mengurangi kepercayaan terhadap layanan yang diberikan dan berdampak pada citra salon. Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin meneliti lebih dalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta. Penelitian dilaksanakan pada Mei 2026 di Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden, yaitu perempuan, pernah menggunakan jasa salon minimal satu kali, dan melakukan perawatan dalam dua bulan terakhir. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan hasil perhitungan pada tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 10%, diperoleh sebanyak 96 responden.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang disebarakan melalui Google Forms dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Variabel kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan diukur menggunakan tiga indikator, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Instrumen penelitian diuji validitasnya menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* dan reliabilitasnya menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS melalui analisis statistik deskriptif dan inferensial. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, hipotesis diuji menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2) pada taraf signifikansi 5% untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Deskripsi data yaitu gambaran data hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Dalam

penelitian ini mencari seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Salon D'el Jamint Universitas Negeri Jakarta. Salon D'el Jasmin merupakan salah satu salon kecantikan yang berada di lingkungan Universitas Negeri Jakarta. Salon ini berlokasi di Gedung SFD Tower 1-A Lantai 1, Kampus A Universitas Negeri Jakarta. Salon D'el Jasmin menyediakan berbagai layanan perawatan seperti *hair treatment* (*hair spa*, *hair mask*, *hair toning*, dan *creambath*), *hair styling* (cuci *blow*, pewarnaan rambut, dan pemotongan rambut), nail Treatment (manicure, pedicure, nail art), serta face treatment seperti facial manual, bagi mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan, dan masyarakat umum. Jam operasional salon yaitu hari Senin pukul 14.00–16.00 WIB, Selasa sampai Jumat pukul 08.00–16.00 WIB, sedangkan pada hari Sabtu pelayanan dilakukan berdasarkan appointment atau perjanjian terlebih dahulu. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan google form dengan jumlah responden sebanyak 96 pelanggan yang pernah melakukan perawatan pada salon D'el Jasmin. Data responden yang dikumpulkan meliputi pekerjaan, dan jenis perawatan, dan nomor HP.

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan penyebaran angket, data responden sebagai berikut:

Pekerjaan

Tabel 1. Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Mahasiswa	55	57.3%
2.	Pekerja	42	42.7%

Sumber : Data Primer *Google Form*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang telah mengisi kuesioner terdiri atas 55 responden merupakan mahasiswa dan 42 merupakan pekerja. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa, yang dapat dipengaruhi oleh letak salon berada di lingkungan kampus sehingga salon lebih mudah dijangkau oleh mahasiswa, sehingga lebih besar untuk memanfaatkan layanan perawatan yang tersedia dibandingkan responden yang berstatus sebagai pekerja.

Jenis Perawatan

Tabel 2. Jenis Perawatan

No.	Jenis Perawatan	Frekuensi	Persentase
1.	<i>Nails Treatment</i>	30	32,25%
2.	<i>Hair Treatment</i>	62	64,58%
3.	<i>Facial</i>	4	4,17%

Sumber : Data Primer *Google Form* diolah dengan Excel

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 96 responden, sebanyak 30 responden menggunakan pelayanan nails treatment, 62 responden menggunakan pelayanan *hair treatment*, dan 4 responden menggunakan pelayanan facial. Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan pelayanan *hair treatment* yang meliputi *cut*, *coloring*, *toning*, *creambath*, *hair mask* dan *styling*.

Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari penyebaran kuesioner Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon D'el Jasmin Universitas Negeri Jakarta yang telah disebar kepada 96 pelanggan yang telah menggunakan pelayanan salon. Instrumen kuesioner terdiri dari 8 aspek yang terbagi menjadi 2 yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, 5 aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati. Aspek ini untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Salon D'el Jasmin mampu memengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 3. Deskripsi Statistik Variabel Kualitas Pelayanan

N	Mean	Median	Modus	St. Deviasi	Varian	Range	Min	Max	Sum
96	85,67	85	80	8,69	75,65	38	62	100	8225

Sumber : Data diolah menggunakan *Microsoft Excel*

Tabel di atas menunjukkan bahwa data penelitian Kualitas Pelayanan mempunyai nilai rata-rata (mean) sebesar 85,67; nilai tengah (median) sebesar 85; modus sebesar 80; standar deviasi sebesar 8,69; varians sebesar 75,65; rentang skor sebesar 38; nilai minimum sebesar 62; nilai maksimum sebesar 100; dan jumlah skor sebesar 8225. Pengelompokkan data dapat terlihat pada tabel distribusi frekuensi sebagai berikut.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Nilai	Frekuensi	Persentase
1	62 ~ 66	2	2%
2	68 ~ 72	4	4%
3	74 ~ 78	9	9%
4	80 ~ 84	32	33%
5	86 ~ 90	19	20%
6	92 ~ 96	16	17%
7	98 ~ 102	14	15%

Sumber : Data diolah menggunakan *Microsoft Office*

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa frekuensi terendah ada pada *interval* 62 – 66 dengan 2 responden dan memiliki skor relatif 2%, dan frekuensi tertinggi ada pada *interval* 80 – 84 dengan 32 responden dan memiliki skor relatif 33%.

Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada variabel kepuasan pelanggan, terdiri dari 3 aspek, yaitu aspek kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Aspek ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan hasil kepuasan setelah menggunakan pelayanan pada salon. Ketiga aspek ini mencerminkan tahapan penting dalam pengambilan keputusan, mulai dari kesesuaian harapan hingga kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain setelah melakukan perawatan pada Salon D'el Jasmint.

Tabel 5. Deskripsi Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan

N	Mean	Median	Modus	St. Deviasi	Varian	Range	Min	Max	Sum
96	51,84	52	48	4,83	23,41	18	42	60	4977

Sumber : Data diolah menggunakan *Microsoft Office*

Tabel di atas menunjukkan bahwa data penelitian Kepuasan Pelanggan mempunyai nilai rata-rata (mean) sebesar 51,84; nilai tengah (median) sebesar 52; modus sebesar 48; standar deviasi sebesar 4,83; varians sebesar 23,41; rentang skor sebesar 18; nilai minimum sebesar 42; nilai maksimum sebesar 60; dan jumlah skor sebesar 4977. Pengelompokkan data dapat terlihat pada tabel distribusi frekuensi sebagai berikut.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	Nilai	Frekuensi	Persentase
1	42 ~ 44	7	13%
2	44 ~ 46	8	15%
3	46 ~ 48	16	30%
4	48 ~ 50	6	11%

5	50	~ 52	13	24%
6	52	~ 54	15	28%
7	54	~ 56	12	22%
8	56	~ 58	11	20%
9	58	~ 60	8	14%

Sumber : Data diolah menggunakan *Microsoft Office*

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa frekuensi terendah ada pada interval 42 – 44 dengan nilai sama 7 responden dan memiliki skor relatif 13%, dan frekuensi tertinggi ada pada interval 46 – 48 dengan 16 responden dan memiliki skor relatif 30%.

Pengujian Persyaratan Analisis Data

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu data berasal dari populasi dengan distribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Peneliti menggunakan Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

N	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan	Hasil
96	0.190	Berdistribusi Normal (Sig. > 0,05)	0,190 > α 0,05, maka H_0 diterima. data berdistribusi normal

Sumber : Hasil SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,190. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *residual* berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linier secara signifikan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan tabel ANOVA untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear antara variabel X yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan variabel Y yaitu kepuasan pelanggan salon D'el Jasmint.

Tabel 8. Hasil Uji Linieritas

Hubungan Antar Variabel	F Hitung	F Tabel	<i>Deviation From Linearity</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	1,484	1,634	0,095	$F_{hitung} < F_{tabel}$ dan Sig. > 0,05, maka H_0 diterima hubungan variabel bersifat linear.

Sumber : Hasil SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} ($1,484 < 1,634$) dan signifikansi *deviation from linearity* sebesar 0,095 lebih besar dari α 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan dari hubungan linear. Maka, H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat linear.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau error antara satu pengamatan ke pengamatan lain,

Tabel 9. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sig	Keterangan
1,000	Tidak Mengalami Gejala Heterokedastisitas (Sig. > 0,05)

Sumber : Hasil SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas dengan metode Glejser, nilai signifikansi sebesar 1,000. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heterokedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa varians *residual* atau tingkat penyebaran atau keragaman nilai *residual (error)* bersifat konstan (homoskedastis).

Pengujian Hipotesis

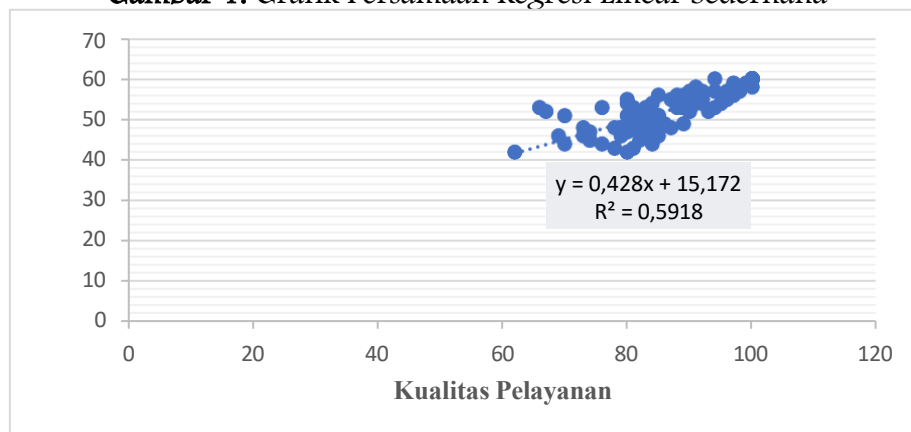
Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Std. Error	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	15,172	3,157	4,806	<0,001	Konstanta signifikan Berpengaruh positif dan signifikan
Kualitas Pelayanan	0,428	0,037	11,675	<0,001	terhadap Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil SPSS 27, 2026

Gambar 1. Grafik Persamaan Regresi Linear Sederhana

Sumber : Data diolah menggunakan *Microsoft Office*

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear sederhana, diperoleh persamaan:

$$\hat{Y} = 15,172 + 0,428X.$$

Nilai koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,428 dengan signifikansi < 0,001 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, setiap peningkatan skor Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,428 satuan.

Uji T parsial

Uji T digunakan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y. Dengan kriteria pengujian ditentukan berdasarkan nilai t hitung dan t tabel, dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (df) = $n - 2$. Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak, yang berarti variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Sebaliknya, jika t hitung < t tabel, maka H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Tabel 11. Hasil Uji T Parsial

Model	T	Sig.	Interpretasi
Kualitas Pelayanan	11,675	< 0,001	Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Sig. < 0,05).

Sumber : Hasil SPSS 27, 2026

Berdasarkan data diatas, diperoleh nilai t tabel untuk derajat bebas (df) 94 dengan tingkat signifikansi 0,05 adalah sebesar 1,986. Karena nilai t hitung sebesar 11,675 lebih besar dari dari t tabel ($11,675 > 1,986$) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 12. Hasil Uji R²

R Square	Koefisien Determinasi
0,592	59,2%

Sumber : Hasil SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai R Square (koefisien determinasi) adalah sebesar 0,592. Hal ini berarti besar pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan salon d'el jasmint universitas negeri jakarta 59,2%

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 27, uji asumsi klasik telah terpenuhi dengan baik. Pada uji normalitas, diperoleh nilai Sig. 0,190 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Kemudian, pengujian linearitas memperlihatkan adanya hubungan yang linear antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan, dibuktikan dengan nilai Sig. *deviation from linearity* 0,095 lebih besar dari 0,05. Dengan hasil ini, maka H_0 ditolak dan model regresi linear sederhana dinyatakan layak untuk menganalisis data penelitian selanjutnya. Kualitas model ini juga diperkuat oleh hasil uji heterokedastisitas yang diperoleh nilai Sig. 1,000. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas, sehingga bersifat valid dalam memprediksi tingkat Kepuasan Pelanggan.

Pada analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan yaitu $Y = 15,172 + 0,428X$. Persamaan tersebut mengindikasikan bahwa setiap nilai konstanta kepuasan tanpa pengaruh kualitas pelayanan adalah sebesar 15,172. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,428 menunjukkan bahwa setiap peningkatan skor Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan secara konsisten akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,428 satuan. Pengaruh positif ini dibuktikan secara parsial melalui uji t, dimana nilai t-hitung yang diperoleh adalah sebesar 11,675 lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,986 dan nilai Sig. < 0,001 yang berada di bawah angka 0,05, maka keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_a . Maka, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta.

Hasil uji koefisien determinasi, nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,592. Angka ini

menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berkontribusi sebesar 59,2% terhadap variasi naik turunnya Kepuasan Pelanggan di Salon D'el Jasmint. Sedangkan sisanya sebesar 40,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti kesesuaian harga, produk kosmetik yang digunakan, dan reputasi atau branding dari salon.

Hasil temuan dalam penelitian ini sejalan dan memperkuat hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan. Salah satunya adalah kajian yang dilakukan oleh Kholif (2025) mengenai pengaruh kualitas pelayanan di Salon Sisters Studio, yang menyimpulkan bahwa keramahan serta kesopanan staf, ditambah dengan penyediaan fasilitas serta peralatan yang modern dan terawat, menjadi kunci utama dalam membangun kenyamanan dan kepuasan pelanggan secara maksimal. Penguatan yang sama juga ditemukan pada penelitian Azzahra et al. (2025) di Erlin Beauty Gallery, yang menegaskan adanya dampak positif dan signifikan dari dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t -hitung 5,504 lebih besar dari t tabel 2,017. Temuan ini juga sependapat dengan analisis yang dilakukan oleh Alfajar et al. (2021) pada Makassar Jeans House, yang menjelaskan bahwa indikator-indikator pelayanan seperti *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan memegang peranan krusial dalam menggerakkan kepuasan pelanggan secara nyata.

Kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian ini menunjukkan hasil olah data statistik dan dukungan penelitian terdahulu membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan salon D'el Jasmint dengan hasil uji hipotesis melalui uji T dengan nilai t hitung $>$ dari t tabel ($11,657 > 1,986$), nilai sig $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan nilai R square sebesar 0,92 maka kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 59,2% variasi naik turunnya terhadap kepuasan pelanggan, sisanya sebesar 40,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kesimpulan sebelumnya, maka implikasi dalam penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa penguatan bukti bahwa standar pelayanan yang baik tetap menjadi tolak ukur utama dalam menilai kepuasan pelanggan pada industri jasa kecantikan, dan menambah literatur untuk referensi akademis bagi studi selanjutnya pada penelitian yang sama. Bagi Salon D'el Jasmint diharapkan untuk tetap mempertahankan kualitas pelayanannya, demi menjaga loyalitas serta nilai positif di mata pelanggan. Pihak 50-51 salon perlu fokus pada peningkatan kualitas kecantikan, seperti menerapkan standarisasi dengan memberikan pelayanan yang ramah serta mengadakan evaluasi berkala terhadap kinerja para kecantikan. Selain itu, aspek kelayakan fasilitas fisik juga diperhatikan secara konsisten melalui perawatan rutin berkala pada lingkungan salon, seperti kebersihan, kenyamanan ruangan dan higienitas peralatan kecantikan, agar setiap pelanggan yang datang selalu mendapatkan pengalaman perawatan yang maksimal.

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka implikasi dalam penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan di Salon D'el Jasmint. Secara teoritis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi berupa penguatan bukti bahwa standar pelayanan yang baik tetap menjadi tolak ukur utama dalam penilaian kepuasan pelanggan pada industri jasa kecantikan. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan bukti pada manajemen Salon D'el Jasmint untuk tetap mempertahankan konsistensi pada kualitas pelayanan, khususnya pada keramahan staf dan kelayakan fasilitas. Strategi ini sangat penting untuk mempertahankan loyalitas serta citra positif di mata pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran yang bisa dijadikan pedoman bagi pihak salon maupun peneliti selanjutnya sebagai bahan pertimbangan dan pengembangan selanjutnya. Pihak salon disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek daya tanggap (*responsiveness*) kecantikan serta kenyamanan fasilitas fisik, karena keduanya berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan

variabel seperti persepsi harga, lokasi, citra merek (*brand image*), dan promosi media sosial guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan pada industri jasa kecantikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta, seluruh pelanggan yang telah berpartisipasi sebagai responden, serta dosen pembimbing dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan kontribusi selama proses penelitian. Apresiasi disampaikan atas kerja sama dan bantuan yang diberikan sehingga penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajar, F., Polii, J., (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Makassar Jeans House Kota Palu. *1*(1996).
- Angliawati, R. Y., & Mutaqin, M. F. I. (2023). Implikasi *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1).
- Ardista, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Parameter*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>
- Azzahra, N., & Yanita, M. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Salon Kecantikan Erlin Beauty Gallery Pasaman Barat.
- Budiastuti, D., & Agustinus, B. (2018). *Validitas dan reliabilitas penelitian dilengkapi analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran strategik* (3rd ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan pelanggan: Konsep, pengukuran, dan strategi*. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). Andi.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2022). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). World Scientific.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kholif. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Salon Sisters Studio.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). *Manajemen pemasaran jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS handbook: Analisis data, olah data, dan penyelesaian kasus-kasus statistik* (Ed. 1). MediaKom.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi* (3rd ed.).
- Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Projemen UNIPA*, 9(2), 18–31. <https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42>
- Sibarani, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Fakultas Teknik Limits*, 17(2), 43–49.
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi penelitian kuantitatif*.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Service management: Mewujudkan layanan prima* (2nd ed.). Andi.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill Education.