

DAMPAK SERVICE QUALITY TERHADAP SATISFACTION DAN LOYALTY STUDI PADA KONSUMEN NABILA SKINCARE KLINIK GROBOGAN

Celci Agripina Agata¹, Anton Agus Setyawan²

¹²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

email: b100200045@student.ums.ac.id

ABSTRACT

This research aims to investigate how the quality of service at the Nabila Skincare Grobogan Clinic influences customer satisfaction and loyalty. This study found that service quality significantly influences customer loyalty and satisfaction. This article also discusses theoretical contributions, practical implications, research limitations, and provides an introduction to the research problem and objectives. This research uses quantitative methodology and collects data from 168 respondents. The results show a significant correlation between service quality, satisfaction and loyalty. This study also uses validity and reliability tests for research instruments. The findings provide valuable insights for the skin care industry to satisfy customers and increase company revenues.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana kualitas layanan di Klinik Nabila Skincare Grobogan memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Studi ini menemukan bahwa kualitas layanan secara signifikan memengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan. Artikel ini juga membahas kontribusi teoritis, implikasi praktis, batasan penelitian, dan memberikan pengantar tentang masalah penelitian dan tujuan. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan mengumpulkan data dari 168 responden. Hasilnya menunjukkan korelasi yang signifikan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas. Studi ini juga menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk instrumen penelitian. Temuannya memberikan wawasan berharga bagi industri perawatan kulit agar dapat memuaskan pelanggan dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Kepuasan, Loyalitas.

PENDAHULUAN

Kesadaran konsumen akan pentingnya merawat penampilan, terutama kulit wajah, menyebabkan penggunaan produk perawatan kulit meningkat. Pelanggan yang menghabiskan banyak waktu di luar ruangan harus memberi perhatian ekstra pada kulit wajah mereka dan menjadikannya bagian dari rutinitas mereka untuk merawatnya. Melindungi kulit dari agresor lingkungan termasuk radikal bebas, polusi, dan radiasi UV sangat penting. Selain mengadopsi gaya hidup sehat (sering berolahraga, tidak minum alkohol atau tembakau, paparan racun lingkungan yang rendah, dan manajemen stres yang

moderat), perawatan kulit yang memadai sangat penting [1].

Dengan semakin berkembangnya teknologi, klinik kecantikan makin marak hadir dan berlomba untuk mendapatkan konsumen mereka. Kondisi itu membuat ketatnya persaingan dalam mendapatkan konsumen. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan mereka, diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam meningkatkan usaha [2]. Dalam penelitian lain mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah kecocokan dalam

memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap apa yang mereka inginkan [2]. Maka perusahaan harus mengupayakan agar kualitas dari pelayanan yang mereka berikan dapat sesuai dengan harapan konsumen, agar nantinya tidak ada kekecewaan terhadap harapan dan kenyataan yang mereka terima.

Dalam mengembangkan bisnisnya, sebagian besar pengusaha fokus untuk membuat konsumen mereka senang [4]. Kepuasan, seperti yang didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2009), terjadi ketika harapan konsumen terhadap suatu produk terpenuhi atau terlampaui. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), kepuasan pelanggan dapat membangun kepercayaan antara bisnis dan klien mereka, meningkatkan penjualan melalui pelanggan berulang,

dan memberikan informasi positif dari orang ke orang, seperti yang dikemukakan oleh Kivetz dan Simonson (2002: 182), berguna untuk operasi perusahaan [18]. Tujuan utama pemasar adalah mempertahankan hubungan dengan pelanggan mereka selama mungkin. Perusahaan akan lebih baik berfokus pada retensi pelanggan daripada akuisisi pelanggan. Karena pembelian berulang dari pelanggan yang puas dengan produk kita adalah kunci sukses bisnis [6]. Loyalitas sebagai kebiasaan pelanggan terlihat jelas bagi setiap orang yang telah membeli produk yang saat ini ada di pasaran. Konsumen yang menunjukkan loyalitas merek berkomitmen untuk berulang kali membeli dan berlangganan penawaran perusahaan [1]. Pertahankan kualitas yang konstan ke depan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Perpindahan merek dapat dipicu oleh berbagai taktik pemasaran dan faktor eksternal (Rangkuti, 2002: 26).

Pada penelitian terdahulu didapatkan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh besar bagi loyalitas konsumen [1]. Hal ini selaras dengan yang terdapat dilapangan, bahwa sebagian orang lebih memilih harga yang relatif mahal namun mendapatkan pelayanan yang sesuai, dibandingkan

dengan harga murah namun kualitas layanan yang kurang memadai. Sehingga pelaku usaha Klinik Skincare terutama Nabila harus berupaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki agar membentuk rasa setia dan loyal pada konsumennya. Apabila pelanggan merasa puas oleh layanan yang diberikan maka kepuasan pelanggan akan menjadi hal yang mengikuti jalannya saja tanpa memerlukan usaha yang lebih banyak, karena kepuasan konsumen bersumber dari rasa senang yang muncul dari ekspektasi yang terpenuhi dan terealisasi [2].

Nabila Skincare merupakan salah satu klinik kecantikan yang ada di Kabupaten Grobogan. Sejak tahun 2017, warga Kabupaten Grobogan khususnya yang berasal dari kota Purwodadi memfavoritkan Nabila Skin Care sebagai destinasi perawatan kulit. Klinik perawatan kulit ini bertahan hingga saat ini dan terus mendapatkan pelanggan setia karena dianggap memberikan layanan berkualitas tinggi. Klinik Nabila Skincare memiliki tiga cabang yang tersebar di Kabupaten Grobogan yang semuanya berada di lokasi strategis. Nabila Skincare Klinik selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumennya. Kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan bagian dari target setiap pelaku bisnis yang dapat ditingkatkan melalui kualitas pelayanan, Nabila Skincare berupaya untuk meningkatkannya dengan cara memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk berkonsultasi langsung dengan Dokter yang ada di Klinik tersebut. Konsumen juga dapat dengan mudah menghubungi customer service Nabila melalui pesan Whatsapp untuk melakukan reservasi terlebih dahulu apabila ingin melakukan perawatan wajah agar menghindari konsumen terkena antri yang panjang. Pembelian produk Nabila sendiri juga sudah dapat dilakukan melalui marketplace Shopee, dengan adanya fitur tersebut sangat memudahkan pelanggan yang tidak dapat datang ke klinik untuk membeli produk. Dengan upaya yang telah

dilakukan untuk memudahkan pelanggan, Nabila Skincare Klinik berharap agar dapat memenuhi kepuasan dan loyalitas dari pelanggannya sehingga dapat bertahan dan bersaing dengan banyaknya pesaing yang serupa. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memiliki ketertarikan untuk menyelidiki topik dengan judul "Dampak Service Quality Terhadap Satisfaction dan Satisfaction. (Studi pada konsumen Nabila Skincare klinik Grobogan)".

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan klinik kecantikan Nabila adalah banyaknya pesaing yang muncul dari bidang yang sama sehingga perlu lebih unggul dari kompetitornya, serta konsumen yang berbagi pengalaman mengenai pelayanan yang berbeda-beda pada Klinik tersebut, yang dapat memberikan pengaruh pasca pembelian yang tidak sama antara satu konsumen dengan konsumen lainnya dan berdampak pada loyalitas pelanggan dalam penjualan serta penggunaan layanan produk klinik kecantikan tersebut. Untuk mendapatkan loyalitas konsumen maka perusahaan harus memaksimalkan Kualitas dan kepuasan konsumen [fatihudin]. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Service Quality dan Satisfaction apakah dapat berdampak bagi loyalitas konsumen serta dapat bermanfaat bagi perusahaan klinik kecantikan tersebut karena dapat mempertimbangkan hasil dari penelitian ini. Penelitian ini mendapatkan sebuah hasil dimana pengaruh Service Quality dan Satisfaction ternyata berpengaruh besar terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari tahu Service Quality berpengaruh terhadap Satisfaction dan Loyalty pada konsumen Nabila Skincare Klinik Grobogan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai sumber informasi utama untuk penelitian. Pertanyaan pada kuesioner online akan ditandai sebagai "tertutup"

setelah tanggapan diterima. Partisipan dalam survei ini adalah mereka yang pernah menggunakan produk Nabila Skincare dan mengunjungi Nabila Clinic minimal dua kali. Pertanyaan pada responden berjumlah 11 pertanyaan dan didapatkan sejumlah 168 responden yang mengisi kuesioner tersebut.

Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif karena pendekatan tersebut paling baik melayani tujuan menyeluruh studi. Pengetahuan dikumpulkan, selanjutnya masalah diselesaikan secara hati-hati dan sistematis, dan terakhir dikumpulkan data numerik, seperti yang dijelaskan oleh Nasehudin dan Gozali (2012) sebagai pendekatan penelitian kuantitatif. Investigasi ini menggunakan variabel independen (X) dan dependen (Y). Service Quality atau Kualitas Layanan digunakan sebagai variabel X1. Sedangkan Satisfaction atau kepuasan digunakan sebagai variabel X2. Kedua variabel tersebut merupakan variabel bebas. Untuk variabel Y merupakan Loyalty atau loyalitas pada konsumen Klinik Skincare Nabila.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum dengan kriteria pernah merawat atau membeli produk Nabila Klinik Skincare. Karakteristik dari responden penelitian ini yaitu 7,14% merupakan laki-laki dan 92,86% merupakan perempuan. Usia yang ditunjukkan yaitu remaja berusia 16-18 tahun, 19-23 tahun, hingga 23 tahun keatas, didapatkan hasil yaitu 14,88% responden berusia 16-18 tahun, 55,95% berusia 19-23 tahun dan sisanya 29,17% berusia >23 tahun. Untuk karakteristik status 55,36% merupakan pelajar/mahasiswa dan 44,64% adalah masyarakat umum. Sehingga dari segi karakteristik responden dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini sebagian besar merupakan perempuan dengan usia 19-23 tahun dan merupakan pelajar/mahasiswa.

Pengambilan sampel non-probabilitas digunakan untuk menyusun sampel ini

karena ditentukan lebih efisien daripada pengambilan sampel probabilitas (Zakaria & Suwitho, 2017). Pengambilan sampel purposif digunakan; ini adalah jenis pengambilan sampel yang memperhitungkan faktor-faktor tertentu (Zakaria & Suwitho, 2017). Kriteria inklusi untuk penelitian ini mensyaratkan peserta yang pernah dirawat di atau telah membeli produk dari Klinik Nabila. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SPSS karena dapat dimanfaatkan untuk mengolah dan mengevaluasi data secara lebih akurat dan kompleks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan pencarian data, selanjutnya yaitu melakukan evaluasi terhadap data yang sudah ditampung. Pada penelitian ini diambil sejumlah 168 responden. Setelah itu dilakukan analisis deskripsi responden untuk mengetahui dan mengelompokkan responden sesuai dengan kriterianya.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase
Menurut Jenis Kelamin		
Laki-laki	12	7,14%
Perempuan	156	92,86%
Total	168	100%
Menurut Usia		
16-18 Tahun	25	14,88%
19-23 Tahun	94	55,95%
>23 Tahun	49	29,17%
Total	168	100%
Menurut Status		
Pelajar/Mahasiswa	93	55,36%
Umum	75	44,64%
Total	168	100%

Sebanyak 168 responden dilibatkan untuk analisis ini, dan tanggapan mereka menunjukkan pembagian jenis kelamin dari 156 perempuan (92,86%) dan 12 laki-laki (7,14%). Selanjutnya untuk deskripsi usia dari total 168 responden, 25 responden berusia antara 16 dan 18 tahun, yang merupakan 14,88% dari sampel; 94 berusia antara 19 dan 23, yang merupakan 55,95% dari sampel; dan 49 berusia di atas 23 tahun, yang merupakan 29,17% dari sampel. Berdasarkan status responden dikelompokkan menjadi dua yaitu mahasiswa dan masyarakat umum. Dari hasil temuan pengolahan data dengan jumlah responden sebanyak 168 orang diketahui mayoritas jumlah mahasiswa adalah 93 orang atau 55,36%, sedangkan masyarakat umum sebanyak 75 orang atau 44,64%.

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas

Untuk menguji apakah variable itu valid atau tidak digunakan uji validitas. Ketika jawaban atas pertanyaan dalam survei memberikan wawasan tentang konstruk yang sedang dipelajari, kami mengatakan bahwa survei itu sah. Analisis faktor konfirmatori (CFA) adalah metodologi yang digunakan di sini. Teknik analitik multivariat yang disebut analisis faktor konfirmatori dapat memeriksa apakah model pengukuran yang ditentukan sudah benar. Variabel laten diasumsikan sebagai variabel independen (variabel penyebab) dari variabel indikator dalam analisis faktor konfirmatori (Ghozali, 2006). Menurut standar Hair et al. (1998), pemuatan faktor di atas 0,5 dianggap signifikan secara statistik. Berdasarkan pengujian diatas, seluruh variabel dianggap signifikan karena memiliki nilai lebih dari 0,5.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Item Pertanyaan	Pola		
	Service Quality	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
1.	Nabila Skincare Klinik adalah klinik kecantikan yang bersih, rapih dan menarik secara visual.		0,308	
2.	Karyawan Nabila Skincare Klinik memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan.		0,618	
3.	Karyawan Nabila Skincare Klinik sangat ramah kepada pelanggan.		0,761	
4.	Karyawan dan dokter memberikan informasi tentang produk dan pelayanan dengan jelas.		0,693	
5.	Memberikan layanan kepada klien pada interval yang telah ditentukan.		0,666	
	Satisfasfaction	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
1.	Produk dan pelayanan yang diberikan oleh Nabila Skincare Klinik memuaskan.			0,676
2.	Saya merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Nabila Skincare Klinik.			0,645
3	Saya cocok menggunakan produk yang diberikan oleh			

	dokter dan karyawan, sehingga secara keseluruhan saya puas terhadap Klinik Skincare Nabila.			0,536
	Loyalty	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
1.	Saya akan membeli produk Nabila Skincare secara berulang dalam kurun waktu tertentu.	0,730		
2.	Saya akan mereferensikan produk Nabila Skincare kepada orang lain (teman, sahabat, kerabat).	0,787		
3.	Saya tetap menggunakan produk Nabila Skincare Klinik meskipun banyak produk sejenis dari klinik skincare lain.	0,776		

Uji Reabilitas

Reliabilitas studi dievaluasi menggunakan koefisien Cronbach Alpha. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014), instrumen yang dapat diandalkan atau konsisten memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,60 atau lebih.

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha
1.	Service Quality	0,811
2.	Satisfaction	0,842
3.	Loyalty	0,842

Untuk semua variabel pada tabel 3 diatas memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Jika semua faktor

dianggap dapat diandalkan atau reliabel, maka kesimpulannya dapat ditarik.

Uji Hipotesis

Dalam menguji hipotesis digunakan regresi linier berganda dengan menghubungkan variabel dependen Loyalitas dengan variabel independen Kualitas Layanan dan Kepuasan. Temuan dari penelitian hipotesis ini adalah:

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Model	Koefisien	T	Sig .	Keterangan
Konstanta	2,246			
Service Quality	0,495	11,125	0,000	Signifikan
Satisfaction	0,849	16,092	0,000	Signifikan
F		142,985		

Sig.		0,00 0		
R square		0,63 0		

Hasil analisis regresi terhadap pengujian hipotesis menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara loyalitas dan kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan. Dasar dari ini adalah nilai-t yang lebih kecil dari ambang batas signifikansi, ditetapkan sebesar = 0,05. Kriteria Kesesuaian Uji F juga menunjukkan signifikansi di bawah level 0,05.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian tercantum di bawah ini berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan:

a. Pengaruh Service Quality (X1) Terhadap Satisfaction (X2)

Korelasi positif dan signifikan secara statistik antara Kualitas Layanan (X1) dan ukuran kepuasan (X2) ditemukan dalam analisis ini. Tingkat signifikansi 0,000 0,05 menunjukkan bahwa H1 benar, sehingga hipotesis ini dapat diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa komponen Kualitas Layanan sangat penting untuk kebahagiaan pelanggan. Semakin banyak orang yang menggunakan jasa Nabila Skin Clinic, maka pelanggan tersebut akan semakin senang dengan jasa tersebut. Klinik Nabila di Kabupaten Grobogan perlu meningkatkan permainannya jika ingin mempertahankan kepuasan pelanggannya.

Service Quality dapat menjadi acuan yang sangat berpengaruh bagi kepuasan konsumen [6]. Dengan adanya kualitas layanan yang baik dan maksimal, maka rasa senang dari konsumen tersebut akan meningkat karena apa yang mereka inginkan dan mereka bayangkan telah terpenuhi, sehingga akan timbul kepuasan pelanggan. Setelah konsumen menerima layanan yang diberikan oleh perusahaan yang dipilih, selanjutnya konsumen

tersebut akan membandingkan dengan apa yang mereka dapatkan ditempat lain, apabila yang diberikan pada konsumen tersebut adalah pelayanan yang baik, maka mereka akan datang dan membeli ulang produk maupun jasa layanan yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu menjaga dan memikirkan pentingnya pelayanan pada konsumen secara lebih matang agar dapat memenangkan persaingan dan unggul dari kompetitornya [13].

b. Pengaruh Service Quality (X1) Terhadap Loyalty (Y)

Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Nilai signifikansi 0,000 0,05 yang dihasilkan mendukung Hipotesis 2.

Hal ini menunjukkan bahwa Service Quality merupakan penentu penting retensi pelanggan. Pelanggan lebih cenderung untuk terus menggunakan Klinik Perawatan Kulit Nabila jika mereka memiliki pengalaman yang positif. Pelayanan Klinik Nabila di Kabupaten Grobogan juga harus memperhatikan kriteria pelayanan pelanggan jika ingin pelanggan tetap menggunakan pelayanan dan produk Klinik Nabila.

Hal yang menjadi dasar penelitian ini yaitu Service Quality atau kualitas layanan, kualitas layanan yang diberikan oleh suatu pelaku usaha memberikan dampak yang positif dan signifikan bagi usaha yang dimiliki [18]. Penelitian [1] mengungkapkan bahwa kualitas layanan merupakan kunci dalam melakukan suatu usaha dalam era modern. Etika dalam menjalankan bisnis harus senantiasa diciptakan dan dijaga keberadaannya. Dalam penelitian [17] juga menyatakan jika peningkatan kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Apabila klinik skincare nabila dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanannya, maka konsumen akan senantiasa setia kepada produk dan layanan nabila. Sehingga dari

rasa setia tersebut akan meningkatkan penjualan produk, serta pembelian intensif yang berulang terhadap produk nabila. Semakin tinggi loyalitas konsumen maka dapat dipastikan intensitas penjualan produk akan meningkat [13].

Sarana peningkatan loyalitas pelanggan menggunakan cara meningkatkan kualitas layanan sudah sangat efektif terbukti hasilnya. Meskipun banyak hal yang dapat mempengaruhi penjualan produk dan loyalitas konsumen, namun dari survei menyatakan jika kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan dan besar terhadap loyalitas pada konsumen klinik nabila skincare yang ada di Kabupaten Grobogan.

c. Pengaruh Satisfaction (X2) Terhadap Loyalty (Y)

Hasil penyelidikan ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan (Y) secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh metrik kepuasan (X2). Hal ini sesuai dengan H3 yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa, variabel kepuasan jelas memainkan peran penting dalam menentukan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan di Klinik Nabila di Kabupaten Grobogan meningkat berbanding lurus dengan frekuensi pelanggan tetap memanfaatkan penawaran klinik. Oleh karena itu, petugas di Klinik Nabila perlu meningkatkan kemampuannya dalam melayani klien agar dapat memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen Klinik dan mengimbau mereka untuk tetap menggunakan layanan Klinik secara berkala.

Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan dan meningkatkan efisien dan produktifitas karyawan (Anderson, 1998). Kepuasan konsumen adalah cara untuk menjaga konsumen yang telah ada maupun cara untuk menarik konsumen baru [2].

Kepuasan pelanggan sering dikaitkan dengan munculnya loyalitas. Hal

ini selaras dengan penelitian [1] yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Fakta dilapangan juga menunjukkan apabila seseorang merasa puas dengan apa yang mereka coba [10], maka kemungkinan untuk kembali membeli atau menggunakan jasa tersebut sangat besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan bagi setiap pelaku usaha, agar terciptanya rasa setia dan loyalitas pada konsumen.

Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Kekurangan penelitian ini yaitu, kurangnya variabel penelitian karena penelitian ini hanya memperhitungkan dua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan, sehingga tidak jelas berapa banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel loyalitas. Karena hanya klien Klinik Nabila yang berpartisipasi dalam penelitian ini, masih banyak temuan dan hasil yang dapat dipresentasikan oleh masing-masing klinik kosmetik. Pertanyaan pada kuesioner ini juga tidak terlalu beragam karena jumlahnya tidak banyak. Dan terkadang selama prosedur pengumpulan data, responden tidak memberikan penilaian yang akurat. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman pertanyaan dan mungkin juga dipengaruhi oleh tingkat kejujuran responden.

Penelitian ini memberikan bukti bahwa pentingnya menjaga dan mengawasi jalannya suatu usaha terutama dalam segi kualitas pelayanan dan dalam memperhatikan kepuasan pelanggan. Karena kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan bukti yang efektif dalam menarik serta mempertahankan loyalitas pada konsumen. Untuk menjaga loyalitas konsumen maka perusahaan dianjurkan untuk menjaga kesopanan dan keramahan pada konsumen. Menjaga etika saat melayani konsumen, serta menjaga

kenyamanan konsumen saat berada di klinik dengan cara selalu menjaga kerapian & kenyamanan di klinik kecantikan Nabila.

Penelitian ini juga memberikan saran bagi penelitian selanjutnya tentang Service

Quality dan Satisfaction terhadap Loyalty, Variabel yang dapat dikembangkan yaitu pengaruh brand image, pengaruh media sosial, pengaruh WoM, serta pengaruh ketergantungan produk, sebagai bentuk efektifitas pada penjualan, pemasaran serta bagi loyalitas pelanggan. Selain itu penelitian ini dapat menjadi saran dan masukan oleh pelaku usaha serupa agar dapat menjaga serta meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumennya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan positif dan substansial antara kualitas layanan dan kebahagiaan pelanggan, tingkat layanan yang tinggi memiliki efek penting dan menguntungkan pada loyalitas pelanggan, Kepuasan memiliki efek yang besar dan menguntungkan pada loyalitas. Oleh karena itu, dengan mempertahankan tingkat kualitas pelayanan suatu perusahaan, dapat dipastikan bahwa pelanggan akan puas dan tetap loyal terhadap pelayanan yang kita tawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Basith, S. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Suvei pada Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di Kota Malang).

Azizah, M. (2018). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Service Three Media Komputer Yogyakarta). Skripsi Program Sarjana Ekonomi

Manajemen. Program Sarjana Ekonomi. Yogyakarta : STIE Widya Wiwaha.

Delgado, E. M. (2001). Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*, Vol. 35 No. 11/12, 1238-1258.

Fatihuddin, D. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: Deepublish Publisher (Grup Penerbitan CV. BUDI UTAMA).

Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, Vol. 56.

Gema Diapinsa Zakaria, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Blue Bird di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.*, Vol 6 No 4 .

Griffin, R. W. (2008). *Business*, 8th Edition. New Jersey, Prentice Hall: Pearson International Edition.

Isradila, I. (2017). Analysis of User Acceptance towards Online Transportation Technology Using Utaut 2 Model: A Case Study in Uber, Grab and Go-Jek in Indonesia. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 6(7),1479–1482, <https://doi.org/10.21275/ART20175426>.

Jones, T. a. (1994). *Marketing* (Second Edition). United States of America.

K, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Konsumen Bengkel Setia Motor Ruko Cikande Permai Blok A1 No 2–Kota Serang Provinsi Banten). Skripsi Program Sarjana Manajemen. Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma.

Kartajaya, H. (2006). *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT.

- Mizan.
- Kotler, P. d. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Lusiana, V. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (studi pada Larisa Aesthetic Center Semarang). Skripsi Program Sarjana Ekonomi. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Muhammad Baharudin, S. Z. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. . Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam 3 (1), 1-17, 2016. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/1463/1341>.
- Nasehudin, T. S. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2002). Measuring Customer Satisfaction. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, N. (2014). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Study Kasus Pada Bellagio Skin Care Clinic). Universitas Pembangunan Nasional" Veteran" Jawa Timur, 2014. <http://eprints.upnjatim.ac.id/5914/1/file1.pdf> .
- Simonson, K. d. (2013). Sangadji, Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Starini, H. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Toko Basuki Jaya Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tri Lestiraputri Warganegara, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Puspita cabang Kotabumi. Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB) 1 (2). <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JMB/article/view/455>.
- Yusra, a. A. (2020). The Influence of Online Food Delivery Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: The Role of Personal Innovativeness. Journal of Environmental Treatment Techniques 8(1), 6-12.