

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Shella Salon di Kota Kupang

Novat Ariyanti Nau¹, Yeheskial Nggandung², Yuninda Anaci Lulan³

¹²³Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Nusa Cendana

Email: naunovat2728@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengevaluasi variasi dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan di Shella Salon di Kota Kupang. Dimensi kualitas pelayanan termasuk bukti fisik, keandalan, tanggapan, jaminan, empati. Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif yang menggunakan metode analisis linier berganda. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang datang dan bersedia memberikan jawaban menggunakan teknik accidebtal sampling dengan populasi sebanyak 300 responden dan sampel sebanyak 39 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel bukti fisik (5,299), keandalan (6,548), daya tanggap (2,693), jaminan (4,727), dan empati (3,018) berdampak positif dan besar pada kepuasan pelanggan. Nilai F 21,068 menunjukkan bahwa kelima komponen ini secara keseluruhan berkontribusi secara signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan; ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Bukti fisik, Kandalan, Tanggapan, Jaminan, Empati, dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

This research aims to evaluate the variation of service quality dimensions that influence customer satisfaction at Shella Salon in Kupang City. The service quality dimensions include tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This study uses a quantitative methodology that utilizes multiple linear analysis methods. Research data were collected by distributing questionnaires to customers who came and were willing to provide answers using an accidental sampling technique with a population of 300 respondents and a sample of 39 respondents. The analysis results show that all variables of tangibles (5.299), reliability (6.548), responsiveness (2.693), assurance (4.727), and empathy (3.018) have a positive and significant impact on customer satisfaction. The F value of 21.068 indicates that these five components as a whole contribute significantly to the level of customer satisfaction; this indicates that service quality is an important factor in determining the level of customer satisfaction.

Keywords: Physical evidence, Reliability, Response, Assurance, Empathy, and Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis pada zaman globalisasi berkembang dengan pesat, terbukti dengan persaingan yang semakin ketat dan masuknya pesaing baru/pebisnis baru yang memasuki pasar dengan menggunakan berbagai strategi untuk menarik sebanyak mungkin konsumen. Oleh karena itu, perusahaan dituntut tidak hanya berusaha untuk mendapatkan konsumen baru, tetapi juga perlu berupaya semaksimal mungkin untuk mempertahankan pelanggan yang telah mereka dapatkan. Dengan demikian konsumen atau pelanggan merupakan indikator suksesnya strategi pemasaran perusahaan dalam memasarkan produknya.

Dalam upaya memenangkan persaingan dan mempertahankan pelanggan, perusahaan harus mampu memberikan nilai tambah melalui layanan yang unggul dan konsisten.

Pada masa persaingan bisnis yang semakin sengit, mutu pelayanan menjadi elemen penting yang menentukan kesuksesan sebuah perusahaan. Menurut Kotler (2002), mengatakan bahwa pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang tidak menghasilkan kepemilikan. Sementara itu, Parasuraman dalam Darwin (2021), menjelaskan bahwa kualitas layanan mencerminkan harapan pelanggan, jika layanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasa senang, sebaliknya ketidaksesuaian akan memunculkan ketidakpuasan. Produk jasa yang unggul sangat berperan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga menjadi fokus utama para pelaku usaha jasa, termasuk bisnis salon kecantikan. Pelaku di sektor ini berlomba-lomba menawarkan layanan terbaik untuk memenuhi harapan konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka.

Salah satu bisnis Shella Salon adalah salon kecantikan yang terletak di JL. Kiuleu Liliba, Kecamatan Oebobo, Kota Kupang dan sangat mudah di akses karena salon tersebut langsung di depan jalan umum, salon ini menawarkan berbagai jenis layanan perawatan kecantikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya, seperti perawatan rambut, perawatan wajah, perawatan tubuh, perawatan lulur, serta paket khusus yang disediakan untuk para pelanggan, selain itu salon ini juga sering memberikan promo dan diskon harga bagi para pelanggannya. Salon ini menyediakan berbagai peralatan untuk perawatan kecantikan, seperti alat perawatan rambut, alat perawatan tubuh, dan lainnya. Kualitas layanan di Shella Salon tidak hanya terlihat dari jenis perawatan yang ditawarkan, tetapi juga dari fasilitas yang disediakan, kebersihan ruangan tempat melakukan perawatan, area menunggu bagi para pelanggan, serta penampilan dan sikap ramah serta sopan para karyawan terhadap para konsumen. Hal ini sejalan dengan perubahan karakter konsumen masa kini yang semakin selektif dan menuntut pelayanan yang optimal dari penyedia jasa. Konsumen masa kini menuntut pelayanan terbaik demi mendapatkan kepuasan.

Persaingan di bisnis perawatan kecantikan semakin tajam, sehingga jika pelayanan salon kurang memuaskan, pelanggan bisa saja berpindah dan jumlah kunjungan pun menurun.

Berdasarkan pengamatan di Shella Salon, kualitas layanan yang diberikan dinilai kurang memuaskan. Hal ini terlihat dari keluhan konsumen terkait kurangnya keramahan staf yang membuat suasana kurang nyaman, serta lamanya waktu tunggu akibat jumlah karyawan yang tidak sebanding dengan jumlah pengunjung. Kondisi ini memicu komplain konsumen dan berisiko menurunkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Penelitian ini diperkuat oleh hasil riset yang diselesaikan oleh Darmawan & Ridlwan (2021), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa lebih baik layanan yang diberikan oleh bank syariah, semakin banyak klien yang menjadi pelanggannya. Sementara itu, penelitian penulis saat ini membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Shella Salon Kota Kupang.

Sejalan dengan penjelasan diatas, kualitas pelayanan merupakan sikap dan kompetensi karyawan dalam perusahaan yang dijalankan dengan komitmen tinggi untuk memberikan layanan terbaik dan berkualitas, baik kepada pelanggan, rekan kerja, maupun atasan.

Studi bertujuan untuk memahami sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, yang mencakup elemen seperti bukti fisik, keandalan, tanggapan, jaminan, dan empati di Shella Salon Kota Kupang. Hasil penelitian diharapkan membantu bisnis memahami pentingnya pelayanan berkualitas demi meningkatkan kepuasan konsumen.

LANDASAN TEORI

Bukti Fisik

Menurut Sukma & Utomo, (2020) *tangibles* atau bukti fisik merupakan dimensi kualitas pelayanan yang berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, serta sarana komunikasi yang digunakan dalam memberikan pelayanan. Sejalan dengan itu Kamalina & Sumarni, (2022) menjelaskan bahwa *tangibles* merupakan tampilan fisik layanan yang menjadi salah satu aspek dalam menilai mutu pelayanan.

Berdasarkan kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *tangibles* (bukti fisik) merupakan aspek kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kondisi dan penampilan fasilitas, peralatan, karyawan, serta sarana komunikasi yang digunakan dalam memberikan pelayanan.

Keandalan

Menurut Darunanto et al., (2024) *reliability* atau keandalan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan secara andal, tepat, dan benar sesuai dengan

pelayanan yang dijanjikan kepada konsumen. Pendapat tersebut sejalan dengan penelitian Saputra et al., (2025) yang menggunakan keandalan sebagai salah satu dimensi penting kualitas pelayanan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Kesimpulannya, *reliability* (keandalan) merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan secara tepat, konsisten, dan sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada konsumen.

Daya Tanggap

Menurut Ningsih, (2022) *responsiveness* atau daya tanggap merupakan kesediaan dan keinginan karyawan untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan secara cepat. Sementara itu, Saputro & Suparmono, (2021) menjelaskan bahwa *responsiveness* merupakan ketanggapan dalam memberikan layanan kepada konsumen.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan *responsiveness* (daya tanggap) merupakan kesediaan dan kemampuan karyawan dalam membantu konsumen serta memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat

Jaminan

Menurut Banjarnahor & Fazira, (2025) *assurance* atau jaminan merupakan dimensi kualitas pelayanan yang berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen. Selanjutnya, Ranto, (2015) menjelaskan bahwa *assurance* merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan jaminan pelayanan kepada pelanggan

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa *assurance* (jaminan) merupakan kemampuan karyawan atau penyedia jasa dalam memberikan pelayanan yang meyakinkan melalui pengetahuan, kesopanan, dan kompetensi, sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya dan aman pada konsumen

Empati

Menurut Hamid et al., (2020) *empathy* atau empati merupakan perhatian dan kepedulian secara pribadi yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Selain itu, penelitian Ranto, (2015) menjelaskan bahwa *empathy* merupakan kemampuan penyedia jasa untuk memahami keinginan pelanggan.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa *empathy* (empati) merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan perhatian dan kepedulian secara pribadi serta memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa diperhatikan dan dihargai.

Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau jasa dengan harapannya (Sayedi et al., 2023). Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dengan harapan yang dimiliki sebelumnya (Yulianingsih et al., 2024).

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bawa, kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja atau hasil produk maupun jasa yang diterima dengan harapan yang dimilikinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Pelaksanaan penelitian dijadwalkan berlangsung pada bulan Maret hingga April 2025 dan dilakukan di Shella Salon yang beralamat di Jalan Kiuleu Liliba, Kecamatan Oebobo, Kota Kupang. Metode sampling yang dipakai adalah accidental sampling, dengan total responden yang diambil 39 konsumen.

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan guna memastikan bahwa instrumen kuesioner sudah layak dipakai. Uji dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 22 di Flora salon Suratim. Setiap pertanyaan yang digunakan disusun berdasarkan tabel definisi operasional berikut:

Tabel 1
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala Likert
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) (X1)	1. Tempat Parkir di Shella salon sangat nyaman dan luas. 2. Kebersihan peralatan kerja yang digunakan oleh karyawan. 3. Gedung/bangunan Shella salon telah memadai 4. Peralatan yang dipakai sesuai dengan kebutuhan konsumen	Likert
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	1. Untuk mendapatkan pelyanan konsumen dapat menggunakan aplikasi seperti whatsapp.	

(X2)	2. Pelanggan tidak harus menunggu terlalu lama agar bisa dilayani. 3. Hasil layanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya. 4. Keterampilan karyawan dapat diandalkan karena telah mengikuti pelatihan sesuai dengan jasa yang akan diberikan.	Likert
Daya Tanggap <i>(Responsiveness)</i> (X3)	1. Karyawan cepat merespon konsumen yang datang. 2. Shella salon selalu memberikan solusi kepada konsumen yang masih ragu dengan jasa yang ingin digunakan 3. Shella salon selalu siap membantu dalam sikap ramah. 4. Karyawan merespons dengan baik dan memberi solusi atas keluhan konsumen.	
Jaminan <i>(Assurance)</i> (X4)	1. Jam buka dan tutup selalu tetap 2. Informasi waktu pelayanan selalu diberikan lebih awal kepada konsumen yang sudah memesan. 3. Konsumen akan mendapatkan pelayanan sesuai dengan kebutuhan. 4. Shella salon memberikan garansi untuk setiap produk yang digunakan.	Likert
Empati <i>(Empathy)</i> (X5)	1. Konsumen merasa dihargai selama menerima layanan dari Shella salon. 2. Karyawan Shella salon sangat ramah dalam memberikan pelayanan. 3. Karyawan Shella salon berpakaian rapi dan sopan 4. Karyawan Shella salon membuat informasi mudah dipahami oleh pelanggan.	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Sebagai konsumen yang sering menggunakan jasa Shella salon merasa puas dengan Bukti fisik dari Shella salon. 2. Sebagai konsumen yang sering menggunakan jasa Shella salon merasa puas dengan Keandalan dari Shella salon. 3. Sebagai konsumen yang sering menggunakan jasa Shella salon merasa puas dengan Daya Tanggap dari Shella salon. 4. Sebagai konsumen yang sering menggunakan jasa Shella salon merasa puas dengan Jaminan dari Shella salon. 5. Sebagai konsumen yang sering menggunakan jasa Shella salon merasa puas dengan Empati dari Shella salon.	Likert

Uji Instrumen

Dalam studi ini, pengujian dilakukan pada level signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan jumlah keseluruhan responden sebanyak 39 orang, sehingga derajat kebebasan (df) diperoleh sebesar 38 (dari perhitungan $n-1$). Dengan df tersebut, nilai r tabel yang dijadikan patokan adalah 0,316. Sebuah butir pernyataan dianggap valid jika nilai r hitung melebihi r tabel. Namun apakah r hitungnya berada di bawah r tabel, Item tersebut dianggap tidak berlaku dan tidak sesuai untuk digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	No.Item Kuesioner	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	1	0,666	0,316	Valid
	2	0,604		
	3	0,722		
	4	0,534		
Kehandalan (X2)	5	0,727		
	6	0,489		
	7	0,741		
	8	0,679		
Daya Tanggap (X3)	9	0,704		
	10	0,538		
	11	0,780		
	12	0,750		
Jaminan (X4)	13	0,805		
	14	0,784		
	15	0,742		
Empaty (X5)	16	0,604		
	17	0,675		
	18	0,729		
	19	0,752		
	20	0,600		
Kepuasan Konsumen (Y)	21	0,932		
	22	0,864		

	23	0,926		
	24	0,869		

Sumber Olahan SPSS Versi 27

Uji Reabilitas

Untuk mengevaluasi konsistensi internal kuesioner, digunakan metode analisis Cronbach Alpha. Sebuah instrumen dinilai akurat jika nilai alpha yang diperoleh lebih dari 0,60. Proses pengujian ini dilaksanakan dengan menggunakan software statistik versi 22, dengan tujuan memastikan bahwa setiap item dalam instrumen mampu menghasilkan data yang stabil dan dapat diandalkan.

Tabel 3

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Ket
Bukti Fisik	0,978	Reliabel
Kehandalan	0,889	
Daya Tanggap	0,678	
Jaminan	0,785	
Empaty	0,556	
Kepuasan Konsumren	0,567	

Sumber: Olahan SPSS Versi 22

Uji Prasyarat Statistik

Pengujian Linearitas

Tabel 4

Hasil Uji Linearitas XI

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Bukti Fisik	Between Groups	(Combined)	132.697	10	13.270	2.468	.029
		Linearity	49.144	1	49.144	9.141	.005
		Deviation from Linearity	83.552	9	9.284	1.727	.129
	Within Groups		150.534	28	5.376		
Total			283.231	38			

Sumber: Olahan SPSS Versi 22

Menurut data pada Table 4 nilai signifikansi deviasi dari linearitas adalah 0,129, lebih tinggi dari 0,05. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa ada hubungan linear antara variabel Bukti Fisik dan Kepuasan Pelanggan.

Tabel 5
Hasil Uji Linearitas X2

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Keindahan	Between Groups	(Combined)	160.647	12	13.387	2.839	.013
		Linearity	110.325	1	110.325	23.400	.000
		Deviation from Linearity	50.323	11	4.575	.970	.496
	Within Groups		122.583	26	4.715		
	Total		283.231	38			

Sumber: Olahan SPSS Versi 22

Menurut data pada Table 5 nilai signifikan penyimpangan dari linearitas sebesar 0,496, yang melebihi nilai 0,05. Artinya, ada ikatan linear antara variabel kehandalan dan Kepuasan Konsumen.

Tabel 6
Hasil Uji Linearitas X3

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Daya Tanggap	Between Groups	(Combined)	168.092	12	14.008	3.163	.007
		Linearity	119.781	1	119.781	27.048	.000
		Deviation from Linearity	48.311	11	4.392	.992	.479
	Within Groups		115.139	26	4.428		
	Total		283.231	38			

Sumber: Olahan SPSS Versi 27

Berdasarkan data pada Table 6 nilai signifikansi penyimpangan dari linearitas sebesar 0,479 yang lebih tinggi dari 0,05. Ini menunjukkan adanya ikatan linear antara variabel Daya Tanggap dan Kepuasan Konsumen.

Tabel 7
Hasil Uji Linearitas X4

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Jaminan	Between Groups	(Combined)	229.464	13	17.651	8.207	.000
		Linearity	185.530	1	185.530	86.266	.000
		Deviation from Linearity	43.935	12	3.661	1.702	.127
	Within Groups		53.767	25	2.151		
	Total		283.231	38			

Sumber: Olahan SPSS Versi 22

Berdasarkan data pada Tabel 7 nilai signifikansi deviation from linearity sebesar 0,127 yang tinggi dibanding 0,05, karena itu, dapat ditarik kesimpulan variabel kepuasan konsumen serta variabel jaminan mempunyai hubungan linear

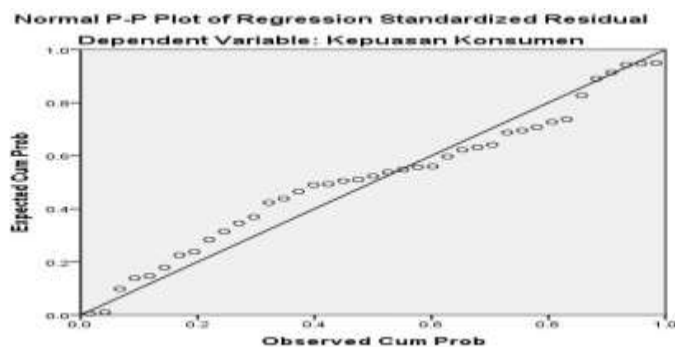
Tabel 8
Hasil Uji Linearitas X5

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Empati	Between Groups	(Combined)	193.814	12	16.151	4.696	.000
		Linearity	128.426	1	128.426	37.343	.000
		Deviation from Linearity	65.388	11	5.944	1.728	.122
	Within Groups		89.417	26	3.439		
	Total		283.231	38			

Sumber Olahan SPSS Versi 22

Berdasarkan data pada Table 2.8, nilai signifikansi deviation from linearity sebesar 0,122 yang lebih dari 0,05. Ini berarti variabel memiliki hubungan linear.

Tabel 9
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Olahan SPSS Versi 22

Di dasarkan pada diagram Normal P-Plot of Regression, garis lurus diagonal terlihat mengikuti titik residual. Pola ini menunjukkan distribusi residual mendekati normal, sehingga asumsi normalitas regresi telah dipenuhi

Tabel 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.116	.834		1.339	.190
Bukti Fisik	.034	.074	.101	.458	.650
Kehandalan	.012	.098	.035	.122	.904
Daya Tanggap	-.073	.098	-.232	-.740	.464
Jaminan	.040	.113	.135	.350	.729
Empati	-.023	.100	-.077	-.228	.821

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Olahan SPSS Versi 22

Mengacu pada data pada Table 10 tingkat signifikansi masing-masing variabel melebihi angka 0,05, sehingga persamaan regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan prasyarat keseragaman varians telah di penuhi

Tabel 11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	4.541	.025		18.873	.000	
	Bukti Fisik	.165	.003	.377	5.299	.002	.605 1.654
	Kehandalan	.016	.002	.042	6.548	.000	.346 2.890
	Daya Tanggap	.218	.002	.646	2.693	.004	.298 3.360
	Jaminan	.078	.002	.219	4.727	.001	.197 4.071
	Empati	.029	.002	.072	3.018	.000	.255 3.916

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan SPSS Versi 22

Berdasarkan data pada Tabel 11 seluruh variabel independen memiliki toleransi melebihi 0,10 serta VIF berada di bawah 10. Ini menunjukkan bahwa model regresi yang dipakai tidaklah menunjukkan gejala multikolinearitas

PEMBAHASAN

Teknik Analisis Data

Tabel 12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error		
1	(Constant)	4.541	.025		18.873
	Bukti Fisik	.165	.003	.377	5.299
	Kehandalan	.016	.002	.042	6.548
	Daya Tanggap	.218	.002	.646	2.693
	Jaminan	.078	.002	.219	4.727
	Empati	.029	.002	.072	3.018

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan SPSS Versi 27

Mengacu pada data dalam Tabel 12 Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,541 + 0,165X_1 + 0,016X_2 + 0,218X_3 + 0,078X_4 + 0,029X_5$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan arah positif sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel X mempunyai kontribusi yang positif terhadap variabel Y

Pengujian Hipotesis

Uji t

Tabel 13

Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.541	.025		18.873
	Bukti Fisik	.165	.003	.377	5.299
	Kehandalan	.016	.002	.042	6.548
	Daya Tanggap	.218	.002	.646	2.693
	Jaminan	.078	.002	.219	4.727
	Empati	.029	.002	.072	3.018

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber Olahan SPSS Versi 22

Hipotesis 1 : Bukti Fisik

Nilai thitung sebesar 5,299 lebih dari ttabel 2,034, dan tingkat signifikansi sebesar 0,002, berada di bawah batas 0,05. Ini mengindikasikan bahwa bukti fisik memiliki efek yang sangat positif, karena hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Hipotesis 2 : Kehandalan

Hasil thitung bernilai 6,548 melebihi ttabel 2,034, dengan signifikansi 0,000 lebih rendah dari 0,05. Ini menandakan (H_0) ditolak dan (H_a) diterima, sehingga kehandalan memberikan dampak positif dan signifikan.

Hipotesis 3:Daya Tanggap

Hasil thitung bernilai 2,693 melebihi ttabel 2,034, dengan signifikansi 0,004 berada dibawah 0,05. Oleh karena itu, (H_0) ditolak dan (H_a) disetujui, menandakan daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan.

Hipotesis 4: Jaminan

Nilai thitung sebesar 4,727 melebihi ttabel 2,034, pada tingkat signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil daripada ambang batas 0,05. Oleh karena itu, (H_0) ditolak dan (H_a) diterima, menandakan jaminan berpengaruh positif dan signifikan.

Hipotesis 5: Empati

Nilai thitung sebesar 3,018 melebihi ttabel 2,034, dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah batas 0,05. Akibatnya, (H_0) ditolak dan (H_a) diterima, menandakan empati berpengaruh positif dan signifikan.

Tabel 14
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,989	5	2,998	21,068	,000 ^b
	Residual	,011	33	,000		
	Total	15,001	38			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati

Sumber: Olahan SPSS Versi 22

Mengacu pada data Tabel uji F menghasilkan nilai 21,068 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan lima variabel independen ($k=5$), serta jumlah sampel (n) sebanyak 39, maka tingkat kebebasan (df) adalah 33 ($n - k - 1 = 39 - 5 - 1$). Dari tabel F didapat nilai f_{tabel} sebesar 2,45. Karena nilai f_{hitung} nol (H_0) ditolak dan (H_a) diterima. Ini memperlihatkan bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan tersebut secara nyata memengaruhi kepuasan pelanggan

Tabel 15
Hasil Uji Koefesien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1,000 ^a	,999	,999	,019

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati

Sumber: Olahan SPSS Versi 22

Berdasarkan data pada Tabel 3.4, nilai R Square yang diperoleh adalah 0,999. Ini menunjukkan bahwa variabel independen (Bukti Fisik, Keandalan, Tanggapan, Jaminan, Empati) secara bersama-sama menyumbang 99,9% terhadap Kepuasan Konsumen. 0,1% terakhir dipengaruhi dari faktor lain di luar dari variabel yang diteliti

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai signifikansi bukti fisik 0,002, memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05 serta nilai t_{hitung} melebihi t_{tabel} 2,034. Hal ini membuktikan bahwa bukti fisik menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang positif dan signifikan di Shella Salon, Kota Kupang. Bukti fisik dalam layanan mencakup aspek-aspek nyata yang bisa langsung dirasakan konsumen, seperti fasilitas, kebersihan, penataan ruangan dan kenyamanan lingkungan salon. Di Shella Salon, ruang yang tertata rapi dan bersih serta suasana yang nyaman memberikan pengalaman yang

menyenangkan bagi pelanggan. Selain itu, ketersediaan tempat parkir yang cukup juga memudahkan konsumen dalam mengakses salon, sehingga meningkatkan kenyamanan selama kunjungan. Selain itu Ardista (2021), juga menyimpulkan bahwa mutu layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Konsumen

Tingkat signifikansi untuk keandalan adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai thitung sebesar 6,548 melebihi nilai ttabel 2,034. Hal ini membuktikan bahwa keandalan memiliki pengaruh nyata dan menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, keandalan mencakup konsistensi salon dalam memberikan layanan sesuai dengan janji, ketepatan waktu, serta kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya. Konsumen merasa puas ketika layanan diberikan tepat waktu, sesuai janji, dan menghasilkan kualitas yang memuaskan.

Temuan ini didukung oleh Surti & Anggraeni (2020), menyatakan bahwa keandalan memberikan pengaruh penting dan menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan di bidang usaha cafe dan resto. Saat konsumen merasakan pelayanan yang diterima sesuai harapan dan dilakukan secara profesional, maka mereka cenderung merasa puas dan akan melakukan kunjungan ulang. Selain itu Prihandoyo (2019), juga mengetahui mutu layanan memiliki dampak yang kuat dan bermakna berkaitan dengan tingkat kepuasan.

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai signifikansi daya tanggap sebesar 0,004 dan nilai thitung 2,693 lebih besar dari ttabel 2,034. Ini membuktikan respon cepat memiliki pengaruh yang bermanfaat dan penting terhadap kepuasan konsumen. Daya tanggap diartikan sebagai kemampuan staf memberi layanan dengan cepat dan responsif. Karyawan di Shella Salon mampu melayani konsumen dengan segera tanpa membuat mereka menunggu lama, serta menunjukkan sikap ramah dan sopan dalam membantu konsumen.

Temuan ini sebanding dengan riset yang diselesaikan oleh Rosalina (2024), yang menyimpulkan bahwa daya tanggap memengaruhi kepuasan pelanggan di industri jasa kecantikan. Dalam penelitian tersebut, pelanggan merasa lebih puas ketika staf memberikan respons secara cepat dan ramah terhadap permintaan atau pertanyaan. Selain itu Monica & Marlius (2023), juga mengetahui mutu pelayanan secara nyata dan menguntungkan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan

Pengaruh Jaminan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen

Tingkat signifikansi dari variabel jaminan tercatat 0,001, nilainya di bawah 0,05 dan angka thitung melebihi nilai ttabel, yaitu $4,727 > 2,034$. Ini menandakan bahwa jaminan memberikan dampak yang menguntungkan dan bermakna terhadap kepuasan konsumen di Shella Salon Kota Kupang. Dalam penelitian ini, jaminan mencakup aspek kepastian dan keamanan bagi konsumen dalam menerima layanan. Shella Salon memberikan jaminan dengan menjaga ketepatan jam operasionalnya, sehingga konsumen dapat mengatur waktu kunjungan tanpa khawatir adanya perubahan jadwal. Selain itu, informasi tentang durasi pelayanan juga selalu diberikan sebelumnya agar konsumen dapat menyesuaikan waktu kedatangannya.

Hasil ini konsisten dengan studi dari emuan ini Nasti & Budiadi (2019), yang mengungkapkan bahwa jaminan merupakan salah satu komponen paling penting dalam mempengaruhi kepuasan kosnumen di sektor jasa kecantikan. Konsumen merasa lebih nyaman dan percaya untuk menggunakan jasa kembali ketika mereka yakin bahwa pelayanan diberikan oleh tenaga ahli dan dapat diandalkan. Selain iu Setiawan et al (2023), turut menyimpulkan bahwa mutu pelayanan memberikan pengaruh yang nyata dan menguntungkan pada tingkat kepuasan konsumen.

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai signifikansi variabel empati bernilai 0,000, yang lebih rendah dari 0,05, serta nilai thitung 3,018 melebihi nilai ttabel. Ini menunjukan empati memberikan pengaruh yang berarti dan menguntungkan pada kepuasan pelanggan di Shella Salon Kota Kupang. Empati dalam konteks pelayanan berarti kemampuan karyawan untuk memahami kebutuhan dan perasaan konsumen serta memberikan perhatian yang tulus dan personal. Di Shella Salon, konsumen merasa dihargai karena karyawan bersikap sangat ramah saat melayani. Penampilan karyawan yang rapi dan sopan juga menambah kesan profesional dan membuat pelanggan merasa nyaman. Selain itu, karyawan mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami, sehingga proses pelayanan berjalan lancar.

Hal ini sama dengan penelitian oleh Nugraha (2023), yang menyatakan bahwa empati memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor jasa. Dalam penelitiannya, pelayanan yang disampaikan dengan kepedulian dan perhatian secara personal menciptakan hubungan emosional yang kuat dan meningkatkan loyalitas. Selain itu Kharisma et al (2023), juga menyimpulkan bahwa mutu layanan memiliki pengaruh positif dan berarti terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Shella Salon Kota Kupang. Hal ini dibuktikan dengan nilai f hitung 21,068 serta signifikansinya sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan secara keseluruhan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen. Pelayanan yang didukung oleh fasilitas yang nyaman, ketepatan dalam memberikan layanan, respons yang cepat, jaminan pelayanan, serta perhatian dan keramahan karyawan mampu memenuhi harapan konsumen. Dengan demikian, kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut secara bersama-sama memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Shella Salon Kota Kupang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Jani & Sukmalengkawati, (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara positif dan signifikan memengaruhi kepuasan konsumen.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Shella Salon Kota Kupang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi masing-masing variabel yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel Serta nilai f hitung $> f$ tabel. Kualitas fasilitas, ketepatan pelayanan, kecepatan dalam merespons konsumen, jaminan pelayanan, serta perhatian dan keramahan karyawan mampu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan konsumen di Shella Salon Kota Kupang.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Banjarnahor, S. C., & Fazira, A. (2025). Peran Karyawan Frontliner dalam Memberikan Assurance (Jaminan) Layanan: Studi Kualitatif di Restoran the Eatery Medan. *Mount Hope Management International Journal*, 3(1), 80–88. <https://doi.org/10.61696/momil.v3i1.798>
- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 107.
-

<https://doi.org/10.21093/at.v3i2.1096>

- Darunanto, D., W, R. E., Honny, H., Subandi, S., & Saidah, D. (2024). Determinasi Loyalitas Pelanggan Analisis Keandalan, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan Kereta Api. *Jurnal Manajemen Manajemen Sistem Informasi*, 5(5), 479–493.
- Darwin. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pembelian pada Motor Honda di Jakarta. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(2), 217–222.
- Hamid, R., Radji, D. L., & Ismail, Y. L. (2020). Pengaruh Empathy dan Responsiveness terhadap Minat Kunjungan Ulang Pelanggan. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 27–38. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7105>
- Jani, A., & Sukmalengkawati, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi (JEBISMA)*, 1(3), 47–54. <https://doi.org/10.61492/cantaka.v1i1.23>
- Kamalina, S., & Sumarni, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dilihat dari Aspek Tangibles terhadap Kepuasan Konsumen pada Intan Tour dan Travel Tanjung. *JAPB: Jurnal Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 612–623.
- Kharisma, D., Simatupang, S., Hutagalung, Heriyawan, & Sibolga, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada UD. Restu Mulia Pandan Afiliation. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(4), 33–34.
- Kotler. (2002). *Buku Manajemen Pemasaran* (p. 115).
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53. <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>
- Nasti, S. D., & Budiadi, S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan “Nanisa Beauty dan Dental Clinic “ Sidoarjo. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*, 2(1), 21 – 26.
- Ningsih, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan Hotel Syariah. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 11288–11289. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/33533%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/download/33533/31734>
- Nugraha, G. I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Alfamart Gunung Puyuh Kota Sukabumi). *Jurnal Universitas Linggabuana PGRI*, 9(7), 1–9. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.49>
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129.
-

<https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>

- Ranto, D. W. P. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Toko Modern di Yogyakarta. *JBTI: Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 6(1), 15–32.
- Rosalina, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan. *Jurnal, Universitas Balikpapan*, 1(3), 51–57.
- Saputra, S. Y., Fathurohman, & Sasmi, W. T. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode SERVQUAL (Service Quality) dan IPA (Importance Performance Analysis) pada Jasa Kirim (Studi Kasus: PT. Pos Indonesia KCP Cilamaya Wetan. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 4(4), 1470–1481. <https://doi.org/10.55826/9kw2r731>
- Saputro, A. R., & Suparmono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Gacoan Colombo Sleman Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 163–170. <https://doi.org/10.35917/cb.v1i2.189>
- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18651>
- Sukma, H., & Utomo, H. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat Pelapor pada Polsek Tenganan Polres Semarang. *Among Makarti*, 13(1), 78–92. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i1.192>
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Steak Cafe & Resto di Jakarta Selatan. *Jurnal, Universitas Pamulang, Banten*, 5(4), 15–20.
- Yulianingsih, Y., Ismartaya, I., & Amelia S, V. (2024). Kepuasan Konsumen Berbasis Harga, Kepercayaan Konsumen dan Promosi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 981–995. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i3.857>
-