

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KLINIK HALFAZ BEUATYCARE

Ni'matul Jamilah¹, Candra Aeni²

¹ Pendidikan Ekonomi², Universitas PGRI Ronggolawe

Email : nikmahjamilah123@gmail.com¹ candraunirow@gmail.com²

Abstrak

Penelitian yang berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Halfaz Beautycare ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan, (2) pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan, (3) pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan, (4) pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan, (5) pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan, (6) pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada 80 pelanggan Klinik HalfazBeautycare sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling accidental*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linear berganda, uji F, uji t dan uji R². Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinearitas. Dalam uji F diketahui bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Pada uji t diketahui bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada uji R² diketahui sebesar 0,662 atau 66,2%.

Kata kunci: Dimensi Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Latar Belakang

Di zaman modern sekarang ini, penampilan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi setiap orang. Penampilan yang baik dan menarik didukung dari banyak hal, salah satunya adalah cara merawat kecantikan kulit mereka, terutama dalam hal perawatan kulit wajah dan tubuh. Dengan memiliki kulit yang sehat, maka mereka beranggapan akan terlihat lebih cantik dan menarik untuk dipandang. Kebutuhan wanita terhadap fasilitas untuk merawat kecantikan kulit saat ini semakin meningkat, karena wanita sudah menyadari bahwa begitu pentingnya kesehatan kulit dan merawatnya agar selalu terlihat sehat dan cantik.

Dalam peradaban dunia kemajuan teknologi semakin canggih, hal ini terjadi juga dengan bisnis klinik kecantikan kulit yang menawarkan berbagai macam jenis perawatan kulit dengan menggunakan alat teknologi yang terbaru, yang mengakibatkan masyarakat menuntut agar kualitas pelayanan yang diberikan sesuai kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan itu sendiri.

Citra kualitas pelayanan yang baik menurut Tjiptono (2007) yaitu bukanlah berdasarkan sudut pandang / persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang / persepsi pelanggan. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh klinik kecantikan kulit menjadi suatu hal yang harus diperhatikan guna mencapai kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Alinaung (2016) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan tingkatan suatu pelayanan yang mampu diberikan kepada pelanggan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas layanan ini nantinya akan memberikan manfaat, antara lain terjalinnnya hubungan yang baik antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi. Pelayanan jasa yang diberikan akan menciptakan penilaian tersendiri dari pelanggan dan pelanggan yang merasa puas dengan pelayanannya akan memberikan keuntungan yang tinggi untuk perusahaan tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian yang

dilakukan oleh Akbar dan Parvez (2009) mengungkapkan bahwa *Customers' perceived service quality has a positive effect on customer loyalty*.

Kualitas pelayanan merupakan suatu usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa yang bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Membangun kualitas tidak hanya terkait melalui tahap pengembangan dan proses produksi, melainkan dengan mendengarsuara pelanggan dan harapan konsumen jasa. Jika kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan baik dan sesuai harapan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan terwujud. Namun apabila suatu kualitas pelayanan yang diberikan rendah maka pelanggan akan tidak puas. Model kualitas pelayanan yang dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*service quality*).

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu dalam strategi pemasaran dan dijadikan cara yang ampuh untuk menghadapi persaingan dalam pemasaran. Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan menciptakan pelayanan yang berkualitas tinggi, dalam hal kenyataan janji, perhatian,

empati, dan jaminan. Untuk kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, ada dua hal yang saling berkaitan yaitu harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan (*expected quality*) dan pendapat konsumen terhadap kualitas pelayanan (*perceived quality*). Seperti yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kelvin Lane Keller (2007:177) bahwa kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seorang pelanggan membandingkan hasil kinerja yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan juga harus disertai dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan menyangkut apa yang diungkapkan oleh pelanggan tentang persepsi dan harapannya kepada layanan klinik kecantikan yang diperoleh, sedangkan loyalitas pelanggan berkaitan dengan apa yang dilakukan pelanggan setelah mendapatkan pelayanan dari klinik kecantikan. Pelanggan yang puas sekaligus loyal

dengan pelayanan yang telah diberikan maka mereka cenderung kembali menggunakan jasa pelayanan klinikkecantikan tersebut.

Seiring dengan persaingan yang semakin ketat, menyebabkan perusahaan yang bergerak dibidang jasa perawatankecantikan kulit harus menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya agar bisa bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain. Persaingan yang ketat ini juga terjadi pada klinik Halfaz Beauty care, hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya tempat yang menawarkan pelayanan jasa perawatan kecantikan, mulai dari salon-salon kecil hingga klinik-klinik kecantikan. Salah satu klinik kecantikan yang masih bertahan ditengah ketatnya persaingan adalah klinik Halfaz Beauty Care, yang merupakan salah satu klinik kecantikan yang selalu memperhatikan dan mengedepankan kualitas pelayanan.

Klinik Halfaz Beauty Care merupakan klinik kecantikan yang melihat adanya peluang bisnis dibidang jasa untuk melayani para wanita maupun pria yang sangat memperhatikan kecantikan dan kesehatan kulit. Mulai dari pelajar sampai ibu rumah tangga maupun pekerja lainnya, bukan suatu hal yang asing lagi bagi mereka untuk berkunjung ke klinik kecantikan. Oleh karena itu klinik Halfaz Beauty Care melayani wanita maupun pria dari berbagai latar belakang dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal kesehatan dan kecantikan kulit.

Dengan berbagai macam pelayanan yang berkualitas, klinik Halfaz Beauty Care selalu berusaha untuk membuat pelanggannya merasa puas dan mau kembali menggunakan jasa perawatan yang mereka tawarkan. Berbagai pelayanan terus ditingkatkan, diperbaiki dan diperbarui sehingga pelanggan yang datang bersedia untuk kembali menggunakan jasa klinik Halfaz Beauty Care sekaligus bersedia untuk merekomendasikan kepada oranglain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Klinik Halfaz Beautycare. Metode penelitian yang

digunakan adalah metode survey. Populasi penelitiannya adalah pelanggan Klinik Halfaz Beautycare selama 4 bulan yakni sebanyak 390 orang. Sedangkan sampelnya 79,5 dan dibulatkan menjadi 80 responden Klinik Halfaz Beautycare. Instrument penelitian yang digunakan adalah kuisioner

(angket) dan dokumentasi. Alat analisis menggunakan uji prasyarat analisis dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan data hasil penelitian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16. Hasil pengolahan ditampilkan sebagaiberikut :

Pengujian Prasyarat Analisis Data Uji

Normalitas

Uji kenormalan menggunakan uji Kolmogorof Smirnov karena skala pengukuran yang digunakan adalah skalalickert. Hasil dari uji normalitas yang telah diuji menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Asymp sig.* yang lebih dari 0,05. Hasil dari uji normalitas ditunjukkan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1
Tabel One Sample Kalmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^a		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36436609
Most Extreme Differences	Extreme Absolute	.131
	Positive	.061
	Negative	-.131
	Kolmogorov-Smirnov Z	1.170
Asymp. Sig. (2-tailed)		.130
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yakni sebesar 0,130. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0.130 > 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Suatu

model regresi dikatakan bebas dari

Tabel 1.3
 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.060	2.079		-.991	.325
	BUKTI FISIK	.148	.107	.129	1.386	.170
	KEHANDALAN	.147	.120	.129	1.226	.224
	DAYA TANGGAP	.146	.125	.126	1.171	.245
	JAMINAN	.179	.114	.159	1.567	.121
	EMPATI	.471	.127	.408	3.721	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

multikolinearitas jika angka tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) kurang dari 10.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas diatas tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Berdasarkan gambar scatterplot tersebut, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, baik bagian diatas angka nol atau dibagian bawah angka 0 dari sumbu vertikal atau sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara thitung dengan t tabel yang telah ditetapkan dengan sig < 0,05 yaitu jika t hitung > t tabel dan signifikan < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Yang artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya jika t hitung < t

tabel dan signifikan > 0,05 maka Ho diterimad dan Ha ditolak. Yang artinya variabel independen secara parsial tidak ada pengaruh terhadap variabel dependen. Nilaitabel pada penelitian ini adalah 1,664 pada taraf signifikan 5%. Hasil uji t dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian ui t adalah sebagai berikut:

- Nilai thitung pada variabel bukti fisik adalah 1,386 dimana nilai tersebut lebih kecil dari ttabel 1,664 dengan nilai signifikansi 0,170 lebih besar dari signifikansi 0,05. Hal ini menyatakan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan.
- Nilai thitung pada variabel kehandalan adalah 1,226 dimana nilai tersebut lebih kecil dari ttabel 1,664 dengan nilai

Tabel 1.2
 Uji Multikolinearitas

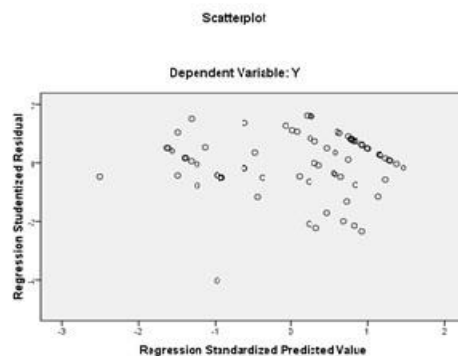
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.060	2.079		-.991	.325		
	BUKTI FISIK	.148	.107	.129	1.386	.170	.526	1.901
	KEHANDALAN	.147	.120	.129	1.226	.224	.415	2.410
	DAYA TANGGAP	.146	.125	.126	1.171	.245	.393	2.547
	JAMINAN	.179	.114	.159	1.567	.121	.445	2.246
	EMPATI	.471	.127	.408	3.721	.000	.379	2.638

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

signifikansi 0,224 lebih besar dari signifikansi 0,05. Hal ini menyatakan bahwa Ho

Gambar 1.1
 Grafik Scatterplot



diterima dan Ha ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa kehandalan tidak berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan.

Tabel 1.4
 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	288,492	5	57,698	29,034	,000 ^b
Residual	147,058	74	1,987		
Total	435,550	79			

a. Predictors: (Constant), EMPATI, BUKTI FISIK, KEHANDALAN, JAMINAN, DAYA TANGGAP

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

- c. Nilai thitung pada variabel daya tanggap adalah 1,171 dimana nilai tersebut lebih kecil dari ttabel 1,664 dengan nilai signifikansi 0,245 lebih besar dari signifikansi 0,05. Hal ini menyatakan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan.
- d. Nilai thitung pada variabel jaminan adalah 1,567 dimana nilai tersebut lebih kecil dari ttabel 1,664 dengan nilai signifikansi 0,121 lebih besar dari signifikansi 0,05. Hal ini menyatakan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa jaminan tidak berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan.
- e. Nilai thitung pada variabel empati adalah 3,721 dimana nilai tersebut lebih kecil dari ttabel 1,664 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih besar dari signifikansi 0,05. Hal ini menyatakan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan.

Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dilakukan dengan membandingkan Fhitung dan Ftabel yang ditetapkan dengan sig <0,05. Dimana jika Fhitung > Ftabel dengan signifikansi <0,05, maka dapat diartikan Ho ditolak dan Ha diterima. Begitupun sebaliknya jika Fhitung < Ftabel dengan signifikansi <0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Ftabel pada penelitian ini adalah

2,49. Hasil uji F pada penelitian ini bisa dilihat pada tabel berikut:

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian uji F sebagai berikut:

- a. Nilai Fhitung pada tabel diatas sebesar 29,034 dimana nilai tersebut lebih besar daripada Ftabel 2,49. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Halfaz Beautycare.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan berapa persentase variabel bebas berupa lima dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama menerangkan variasi variabel terikat berupa kepuasan pelanggan.

Tabel 1.5
 Koefisien Determinasi (R^2)



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,814 ^a	,662	,640	1,410

a. Predictors: (Constant), EMPATI, BUKTI FISIK, KEHANDALAN, JAMINAN, DAYA TANGGAP

Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,662 atau 66,2%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 66,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima dimensi kualitas pelayanan tjiptono *et al.* Sedangkan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- (1) pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan

pelanggan, (2) pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan, (3) pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan, (4) pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan, (5) pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan Klinik Halfaz Beautycare.

1. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Halfaz Beautycare

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan halfaz beautycare, artinya jika bukti fisik semakin rendah maka kepuasan pelanggan semakin rendah. Hal ini didukung oleh koefisien regresi bukti fisik yang menyatakan t hitung $<$ t tabel ($1,386 < 1,664$) dan signifikansi $>$ $0,05$ ($0,170 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Halfaz Beautycare

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan halfaz beautycare, artinya jika kehandalan semakin rendah maka kepuasan pelanggan semakin rendah. Hal ini didukung oleh koefisien regresi kehandalan yang menyatakan t hitung $<$ t tabel ($1,226 < 1,664$) dan signifikansi

$>$ $0,05$ ($0,224 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Halfaz Beautycare

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan halfaz beautycare, artinya

jika daya tanggap semakin rendah maka kepuasan pelanggan semakin rendah. Hal ini didukung oleh koefisien regresi kehandalan yang menyatakan t hitung $<$ t tabel ($1,171 < 1,664$) dan signifikansi $>$ $0,05$ ($0,245 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Halfaz Beautycare

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan halfaz beautycare, artinya jika jaminan semakin rendah maka kepuasan pelanggan semakin rendah. Hal ini didukung oleh koefisien regresi jaminan yang menyatakan t hitung $>$ t tabel ($1,567 > 1,664$) dan signifikansi $>$ $0,05$ ($0,121 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Halfaz Beautycare

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa empati berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan halfaz beautycare, artinya jika empati semakin tinggi maka kepuasan pelanggan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh koefisien regresi empati yang menyatakan t hitung $>$ t tabel ($3,721 > 1,664$) dan signifikansi $<$ $0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

6. Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Halfaz Beautycare

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan halfaz beautycare. Hal ini didukung dari hasil perhitungan R^2 yaitu sebesar 0,662, artinya presentase pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan

pelanggan sebesar 66,2%, sedangkan sisanya 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $1,386 > t$ tabel $1,664$, koefisien regresi (b1) sebesar $0,148$ dan nilai signifikansi sebesar $0,170 > 0,05$.
2. Tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel kehandalan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $1,226 > t$ tabel $1,664$, koefisien regresi (b2) sebesar $0,147$ dan nilai signifikansi sebesar $0,224 > 0,05$.
3. Tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $1,171 > t$ tabel $1,664$, koefisien regresi (b3) sebesar $0,146$ dan nilai signifikansi sebesar $0,245 > 0,05$.
4. Tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $1,567 > t$ tabel $1,664$, koefisien regresi (b4) sebesar $0,179$ dan nilai signifikansi sebesar $0,121 > 0,05$.
5. Terdapat pengaruh signifikan dari variabel empati terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $3,721 > t$ tabel $1,664$, koefisien regresi (b5) sebesar $0,471$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$.
6. Terdapat pengaruh signifikan dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan pelanggan Klinik Halfaz Beautycare. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar $29,034$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,662$ atau $66,2\%$. Nilai R^2 tersebut menunjukkan $66,2\%$ dari kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel

bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, sedangkan sisanya sebesar $33,8\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Weenas, RS, Jackson. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1 (4), 607-618.
- [2] Cahyani, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- [3] Syahbana, Donny. 2016. *Pengaruh Lima Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem Sleman*. Disertasi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- [4] Sriwidodo, Untung., & Indriastuti, Tri, Rully. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10 (2), 164- 173.
- [5] Muliaty. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar. *Jurnal Administrasi Publik*, 6 (1), 78-82.
- [6] Mansur, T. 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik Pada Bagian Bina Sosial Setdako Lhokseumawe*. Disertasi Tidak Diterbitkan. Medan: Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatra Utara.
- [7] Panjaitan, Efendi, Januar., & Yuliati, Lili, Ai. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*, 11 (2), 265-289.
- [8] Anshori, Muslich., & Iswati, Sri. 2009.

Metodologi Penelitian Kuantitatif.
Surabaya: Airlangga University Press.

- [9] Yusup, Febrianawati. 2018. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan.* 7 (1), 17-23.
- [10] Marlius, Doni. 2017. Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukit Tinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi.* 1(3), 237-250.
- [11] Miftah, M. 2013. Model dan Format Instrumen Preview Program Multimedia Pembelajaran Interaktif. *Jurnal Tektodik.* 13 (2), 107-116.
- [12] Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- [13] Priyanto. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS.* Yogyakarta: CV Andi Offest.
- [14] Siregar, Sfyant. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [15] Windrayadi, Y. D. P. (2022). Pendidikan Ekonomi Informal Keluarga Nelayan Di Desa Palang Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi,* 15(1), 58-64.