

## PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KLINIK KECANTIKAN AISKIN PADANG

Maria Solehat<sup>1</sup>, Rahmiati<sup>2</sup>, Merita Yanita<sup>3</sup>, Reflianto<sup>4</sup>

[mariasolehat@gmail.com](mailto:mariasolehat@gmail.com)<sup>1</sup>, [rahmiati@fpp.unp.ac.id](mailto:rahmiati@fpp.unp.ac.id)<sup>2</sup>, [meritayanita@fpp.unp.ac.id](mailto:meritayanita@fpp.unp.ac.id)<sup>3</sup>,  
[reflianto@fpp.unp.ac.id](mailto:reflianto@fpp.unp.ac.id)<sup>4</sup>

Universitas Negeri Padang

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kecantikan Aiskin Padang. Latar belakang penelitian didasarkan pada pentingnya kepuasan konsumen sebagai faktor utama dalam mempertahankan loyalitas serta daya saing klinik kecantikan di tengah persaingan industri estetika yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain cross-sectional, melibatkan 94 responden yang dipilih melalui teknik simple random sampling dari populasi konsumen Aiskin Padang periode Januari–Maret 2025. Instrumen penelitian berupa kuesioner berskala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu fasilitas (X1) dan kualitas layanan (X2), terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, demikian pula kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kecantikan Aiskin Padang. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kelengkapan fasilitas dan perbaikan kualitas layanan menjadi strategi penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

**Kata Kunci:** Fasilitas, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Klinik Kecantikan, Aiskin Padang.

### PENDAHULUAN

Setiap orang pada dasarnya mempunyai keinginan untuk memiliki kulit yang sehat, cantik, dan bersinar, terutama wanita yang ingin terlihat sempurna dimanapun dan kapanpun. Kecantikan salah satunya dapat diukur atau dilihat dari keindahan paras atau ragawi yang dimiliki oleh seseorang seperti penampilan wajah, tubuh, dan rambut (Darmianti, M., & Prabawani, B. 2019). Banyak peristiwa yang menunjukkan bahwa ketika penampilan fisik seseorang sedang tidak baik, bagi beberapa orang hal tersebut dapat menurunkan kepercayaan diri ketika harus bertemu dengan orang lain yang pada akhirnya dapat mengacaukan seluruh agenda yang telah dibuat.

Hal ini umum terjadi pada wanita yang pada dasarnya memiliki sifat selalu ingin tampil mempesona dalam berbagai keadaan dan menjadi pusat perhatian bagi sekelilingnya. Perkembangan industri kecantikan saat ini semakin pesat mampu membawa perubahan terhadap gaya hidup yang semakin beragam sehingga masyarakat Indonesia mulai menjadikan produk kecantikan sebagai kebutuhan.

Dengan adanya perubahan gaya hidup, para pelaku industri kecantikan harus selalu berinovasi mengenai produk, jasa ataupun klinik kecantikannya. Perawatan di klinik kecantikan semakin populer terutama di kota-kota besar. Konsumen memiliki pilihan untuk menentukan klinik kecantikan yang tepat dan aman untuk melakukan perawatan wajah (Dianawanti, 2023).

Klinik kecantikan adalah sebuah tempat yang menyediakan jasa pelayanan untuk perawatan wajah dan kulit yang dibutuhkan konsumen (Marpaung, N., &

Sitepu, E. A. 2022). Kulit yang sehat, bersih, segar dan terawat bisa menjadi milik semua orang jika perawatan dilakukan dengan tepat dan teratur. Dengan kulit yang bersih, terawat tentu akan memancarkan daya tarik seseorang dan menimbulkan kepercayaan diri (Astuti, 2021). Klinik Kecantikan adalah satu sarana pelayanan kesehatan rawat jalan yang menyediakan jasa pelayanan medik (konsultasi, pemeriksaan, pengobatan dan tindakan medik) untuk mengatasi berbagai kondisi yang terkait dengan kecantikan (estetika penampilan) seseorang.

Tren dan kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan medik estetika mengalami kenaikan, hal ini yang melatarbelakangi pertumbuhan industri maupun bisnis estetika di Indonesia. Hampir disetiap kota besar maupun kota kecil terdapat klinik kecantikan yang menawarkan berbagai pelayanan dan perawatan kecantikan. Penawaran pelayanan perawatan kecantikan yang menarik dan terjangkau, mengundang minat masyarakat yang ingin menyempurnakan tampilan (Fitria, A. 2022).

Konsumen dituntut untuk memilih klinik kecantikan yang mempunyai kualitas bagus dan pelayanan yang terbaik. Agar waktu dan uang yang dimiliki konsumen tidak terbuang sia-sia agar konsumen juga merasa puas dan senang bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan sehingga konsumen akan terus menggunakan produk atau jasa yang telah ditawarkan. Perusahaan di bidang kecantikan tentunya tidak lepas dari adanya faktor harga produk atau jasa dan faktor kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Secara singkat, klinik kecantikan merupakan sebuah klinik yang menawarkan jasa pelayanan dermatologi. Dermatologi (dari bahasa Yunani: derma yang berarti kulit) adalah cabang kedokteran yang mempelajari kulit dan bagian-bagian yang berhubungan dengan kulit seperti rambut, kuku, kelenjar keringat, dan lain sebagainya (Niangtyasgayatri, T. I. 2021).

Salon kecantikan dan klinik kecantikan memiliki perbedaannya masing-masing dalam hal perawatan tubuh. Menurut Agrevinna, M. (2020) Salon kecantikan yaitu sebuah usaha dibidang jasa yang tujuannya adalah memperbaiki dan mempercantik penampilan fisik dari berbagai jenis perawatan non medis. Usaha jasa perawatan salon kecantikan termasuk salah satu bisnis yang semakin berkembang pada saat sekarang ini dan dapat dijadikan bisnis jangka panjang. Karena kebutuhan untuk perawatan fisik kaum wanita, bahkan pria yang mulai menunjukkan kebutuhan perawatan tentang diri mereka (Marsendy, E., & Rahmiati, R. 2019).

Menurut Christasya, B. (2024) Klinik Kecantikan merupakan sebuah tempat yang memberikan pelayanan jasa yang dilakukan oleh dokter spesialis kulit di bidang perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, rambut, kuku, dan lainnya. Klinik kecantikan ini menyediakan pelayanan konsultasi dengan pelayanan kecantikan wajah dan tubuh. Klinik kecantikan adalah perawatan estetika atau sebuah fasilitas pelayanan kesehatan (praktik dokter perorangan maupun berkelompok) yang menyediakan jasa pelayanan medis seperti konsultasi, pengobatan, dan tindakan medis untuk mengatasi berbagai kondisi terkait kecantikan (Izza, D. W., & Zavira, S. 2020). Layanan yang dilakukan oleh klinik kecantikan juga menggunakan alat-alat teknologi yang sangat canggih masyarakat sehingga semakin tertarik membuat untuk melakukan perawatan.

Dari perbedaan diatas adapun persamaan dari salon kecantikan dan klinik kecantikan. Klinik kecantikan dan salon kecantikan pada zaman sekarang ini sudah dapat dikatakan menjadi sebuah kebutuhan primer bagi kaum wanita maupun pria terbukti dengan semakin banyaknya klinik kecantikan yang merabab di kota Padang. Sehingga konsumen akan lebih selektif dalam memilih klinik kecantikan yang sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Baik salon maupun klinik kecantikan memiliki tujuan utama untuk meningkatkan penampilan dan kesehatan kulit konsumen melalui berbagai

layanan perawatan. Kedua jenis fasilitas ini berfokus pada pemenuhan kebutuhan estetika dan kesehatan kulit konsumen (Burhanuddin, I., & Baso R, H. 2024).

Aiskin Padang adalah salah satu klinik kecantikan yang menawarkan perawatan kulit wajah dan tubuh professional. Klinik ini merupakan salah satu klinik kecantikan yang memberi kemudahan kepada kaum wanita maupun pria terutama yang bermasalah pada kulit wajahnya. Untuk memenuhi kepuasan konsumen, Aiskin Padang menyiapkan kebutuhan-kebutuhan permasalahan konsumen dengan terus memperbarui ilmu kecantikan serta memiliki tenaga dokter estetika yang handal dibidangnya dan bersertifikasi baik nasional maupun internasional.

Aiskin Padang memiliki alat-alat yang canggih dan lengkap seperti, skin derma sebagai alat microdermabrasi bantu angkat sel kulit mati, IPL sebagai laser wajah dan laser bulu, ndyag sebagai laser wajah dan laser body, hifu untuk pengencangan, slimmax untuk pemecahan lemak body, dan cryo untuk pembekuan lemak. Dengan persaingan jenis usaha yang ketat, Aiskin Padang selalu berupaya meningkatkan kepuasan konsumen agar dapat dijadikan pilihan tempat untuk melakukan perawatan. Diantaranya dengan terus mengevaluasi kesesuaian fasilitas, harga dan layanan, serta meng-update promosi seperti memperluas fokus dan target market yang dipasarkan seperti melalui media online instagram, facebook dan market place lainnya.

Berikut disajikan data jumlah pengunjung Klinik Kecantikan Aiskin Padang pada Bulan Januari 2025 - Maret 2025 :

**Tabel 1. Jumlah Pengunjung Harian Aiskin Padang Januari 2025 - Maret 2025**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Frekuensi Pengunjung Bulanan</b>	<b>Frekuensi Pengunjung Harian</b>
1	Januari	510	12
2	Februari	467	10
3	Maret	585	15

Sumber: Accounting Aiskin Padang

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa pengunjung Aiskin Padang mengalami fluktuasi pada 2 bulan pertama dan semakin meningkat pada satu bulan terakhir. Meningkatnya pengunjung didasari oleh rasa kepuasan yang didapatkan oleh konsumen terhadap produk atau jasa dan faktor-faktor lainnya pada klinik tersebut. Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas terhadap jasa atau faktor-faktor lainnya tentu akan dapat berakibat pada menurunnya kepuasan konsumen pada klinik. Untuk itu klinik selalu berupaya mengoptimalkan segala bentuk aspek penunjang rasa kepuasan konsumen demi keberlangsungan klinik dan dapat bertahan dalam persaingan sesama perusahaan dibidang yang sama.

Berdasarkan hasil survey di Klinik kecantikan aiskin padang yang telah dilakukan dengan 8 orang konsumen pada tanggal 20-21 januari 2025, yaitu :

Lima dari delapan orang konsumen menyebutkan bahwa fasilitas area parkir yang kurang luas dan sempit, sofa ruang tunggu yang disediakan masih terbatas, dan akses free wifi tidak tersedia. Namun ada tiga orang konsumen yang menyebutkan bahwa untuk lenan dan bahan yang ada diruangan sudah lengkap serta ruangan perawatan yang bersih dan nyaman.

Enam dari delapan orang konsumen menyebutkan bahwa beberapa perawat masih memiliki keterbatasan dalam keahlian, terutama saat memberikan layanan pada saat melakukan massage yang kurang terasa atau terlalu lembut sehingga konsumen kurang merasakan pengaruh dari pijatan yang diberikan tersebut, dan pada saat ekstraksi komedo, dimana masih ada sisa-sisa komedo yang tidak bersih, serta proporsi pengaplikasian cream massage yang tidak sama antara perawat yang satu dengan yang lainnya. Dua dari

delapan orang konsumen menyebutkan bahwa dokter terlalu agresif dalam menawarkan paket perawatan atau produk tambahan.

Tiga dari delapan orang konsumen menyebutkan bahwa beberapa harga perawatan kurang terjangkau oleh konsumen dikarenakan mahal dan jika dibandingkan dengan klinik yang lain. Namun ada konsumen yang menyebutkan bahwa harga yang tinggi tersebut sesuai dengan jenis perawatan yang dilakukan.

Empat dari delapan orang konsumen menyebutkan bahwa jumlah tenaga kerja yang belum meningkat. Sehingga pada waktu-waktu sibuk (misalnya akhir pekan, menjelang lebaran, dan promosi), Klinik aiskin sangat ramai untuk menangani lonjakan jumlah konsumen yang membuat tenaga kerja menjadi terburu-buru dan mengerjakan dua konsumen sekaligus.

Kepuasan konsumen adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai konsumen. Karena terciptanya kepuasan konsumen berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan konsumen serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut (Sasongko, S. R. 2021).

Kepuasan konsumen terhadap klinik kecantikan ini sangat penting, ketika konsumen merasa puas, perusahaan harus mencoba terus menjalin dan mempertahankan hubungan dengan konsumen, begitu pula sebaliknya ketika konsumen tidak puas maka perusahaan harus mencari tahu penyebab ketidakpuasan tersebut dan berusaha menarik kembali minat konsumen (Bambang, B., Survival., & Maulidiah, E. P. 2023). Kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang baik, ketepatan waktu akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang telah diberikan oleh perusahaan. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas layanan, fasilitas, ketepatan waktu yang diberikan dan tingkat kepercayaan konsumen yang rendah maka konsumen tidak akan lagi menggunakan jasa pengiriman tersebut (Zaintara, M. Z. 2023).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas. Menurut (Srijani & Hidayat, 2017), fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar kerja dalam upaya memberikan kualitas pelayanan yang optimal. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk menunjang kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kotler (2020) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Kepuasan konsumen sendiri hanya bisa tercapai apabila industri dapat memberikan fasilitas untuk menaikkan nilai dari suatu layanan. Fasilitas menjadi salah satu indeks pengukur mengenai bagus tidaknya mutu suatu perusahaan, fasilitas sendiri disediakan dengan maksud untuk dapat dinikmati oleh konsumen (Mulyono, S. T., Brian, R., & Kurniawan, J. 2022).

Menurut Aryani Soemitro & Suprayitno, (2018) menjelaskan tentang hubungan fasilitas dengan kepuasan konsumen, fasilitas sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Dengan adanya fasilitas sebagai sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan di lingkungan, ini dimaksudkan agar memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar konsumen atau konsumen merasa nyaman dan puas. Fasilitas menjadi faktor penunjang utama dalam kegiatan (Fadillah Fitri, 2021). Karena fasilitas menjadi salah satu komponen penting bagi kehidupan, maka perusahaan harus dapat mengelola

dengan baik sepanjang hidupnya, sehingga ia dapat selalu berfungsi dengan baik, ekonomis, efisien dan efektif.

Memberikan layanan dan fasilitas berkualitas bersama-sama dapat memberikan hasil dan manfaat bagi bisnis karena kepuasan konsumen telah terjadi (Baiti, 2018, p. 49). Penelitian tentang fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang dilakukan oleh penelitian Dharmawan dan Kristianingsih (2018), Hariaji dan Iriyanto (2019), serta Fakhrudin (2021) yang membuktikan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan serta layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipresepsikan buruk (Tjiptono, 2002 dalam Aliansyah, Hasfanuddin dan shabri 2012:32-39).

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Fajarini, A., & Meria, L. 2020). menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan juga sebagai persepsi konsumen terhadap layanan yang mereka terima. Baik atau buruknya kualitas pelayanan dilihat dari tolok ukur konsumen bukan pada penyedia layanan (Panday & Nursal, 2021).

Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa dan layanan yang diberikan (Syahputra et al., 2022). Pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memberi bukti yakni semakin baik pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Bila konsumen merasakan performa layanan sama atau melebihi ekspektasinya, berarti mereka puas. Sebaliknya jika performa layanan kurang dari ekspektasinya, berarti mereka tidak puas. Kepuasan konsumen diciptakan oleh karena kualitas pelayanan yang baik (Laia & Handini, 2022). Dapat diartikan menjaga kepuasan konsumen merupakan hal terpenting untuk terus dijaga dan diperhatikan demi keberlangsungan suatu perusahaan agar tetap terus berjalan dan bisa bersaing dengan pesaing lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang diangkat melalui proposal dengan judul “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik Kecantikan Aiskin Padang.

## **METODE PENELITIAN**

metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen dan analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Klinik Kecantikan Aiskin Padang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil penelitian ini penulis membahas dan memaparkan data-data yang telah didapatkan dan diolah dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap kepuasan konsumen di klinik kecantikan Aiskin Padang. Hasil dari penelitian tersebut diantaranya: 1) Deskripsi karakteristik reponden, 2) Uji validitas dan reliabilitas, 3) Uji Asumsi Klasik, 4) Deskripsi data variabel 5) Analisis regresi berganda dan 6) Uji Hipotesis. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Deskripsi Karakteristik Responden

#### a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden

**Tabel 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	15	15,96
Perempuan	79	84,04
Total	<b>94</b>	<b>100</b>

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa 79 orang responden dari penelitian ini adalah perempuan (84,4%) dan 15 orang adalah responden laki-laki (15,96%), sehingga dapat diartikan dari hasil data tersebut bahwa mayoritas pelanggan yang melakukan perawatan di klinik kecantikan Aiskin Padang adalah perempuan.

#### b. Karakteristik berdasarkan usia responden

**Tabel 2 Karakteristik Usia Responden**

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17-22 Tahun	40	42,55
23-27 Tahun	29	30,85
28-32 Tahun	7	7,45
33-37 Tahun	18	19,15
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>100</b>

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*

Berdasarkan tabel 2 dari data responden yang telah dikumpulkan dan telah dilakukan pengolahan data dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan Aiskin Padang berusia 17-22 tahun atau dapat dipersentasekan sebanyak (42,55%), lalu diikuti dengan rentang usia 23-27 tahun yaitu sebanyak (30,85%) dan rentang usia 33-37 tahun dengan persentase (19,15%). Hingga yang paling sedikit yaitu rentang usia rentang usia 28-32 tahun yaitu sebanyak (7,45%). Dapat disimpulkan bahwa usia remaja hingga dewasa awal lebih sering melakukan tindakan perawatan di Aiskin Padang.

#### c. Karakteristik berdasarkan jumlah perawatan

**Tabel 3 Karakteristik jumlah perawatan**

No	Jumlah Perawatan	Frekuensi	Persentase
1	2-3 Kali	68	72
2	4-5 Kali	15	16
3	6-7 Kali	8	9
4	8-9 Kali	3	3
<b>Total</b>		<b>94</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 68 orang responden dari penelitian ini melakukan perawatan 2-3 kali perawatan, 15 orang responden melakukan perawatan 4-5 kali, 8 orang responden melakukan perawatan 6-7 kali, dan 3 orang responden melakukan perawatan sebanyak 8-9 kali. Sehingga dapat diartikan dari hasil data tersebut bahwa jumlah mayoritas pelanggan yang melakukan perawatan di klinik kecantikan 2-3 kali perawatan.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui serta menguji ketepatan dan ketetapan suatu alat ukur untuk dipergunakan sebagai pengukur sesuatu yang seharusnya diukur.

#### 1) Pengujian validitas variabel Fasilitas (X1)

Berikut ini hasil pengujian validitas untuk item atau butir pernyataan variabel fasilitas dengan menggunakan nilai signifikansi (P-Value) yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas**

No. item	Nilai Signifikan <0.05	Nilai Signifikan	Keterangan
x1.1	0.05	0.00	valid
x1.2	0.05	0.00	valid
x1.3	0.05	0.00	valid
x1.4	0.05	0.00	valid
x1.5	0.05	0.00	valid
x1.6	0.05	0.00	valid
x1.7	0.05	0.00	valid
x1.8	0.05	0.00	valid
x1.9	0.05	0.00	valid
x1.10	0.05	0.00	valid
x1.11	0.05	0.00	valid
x1.12	0.05	0.00	valid
x1.13	0.05	0.00	valid
x1.14	0.05	0.00	valid
x1.15	0.05	0.00	valid
x1.16	0.05	0.00	valid
x1.17	0.05	0.00	valid
x1.18	0.05	0.00	valid
x1.19	0.05	0.00	valid
x1.20	0.05	0.00	valid
x1.21	0.05	0.00	valid
x1.22	0.05	0.00	valid
x1.23	0.05	0.00	valid
X1.24	0.06	0.00	valid

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*

Berdasarkan tabel 4. dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari variabel fasilitas yang akan diberikan pada responden adalah valid, nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel maka angket dinyatakan valid dan nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel maka angket dinyatakan tidak valid.

#### 2) Pengujian validitas variabel kualitas layanan (X2)

Berikut ini hasil pengujian validitas untuk item atau butir pernyataan variabel kualitas layanan dengan menggunakan nilai signifikansi (P-Value) yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan**

No. item	Nilai Signifikan <0.05	Nilai Signifikan	Keterangan
x2.1	0.05	0.00	valid

x2.2	0.05	0.00	valid
x2.3	0.05	0.00	valid
x2.4	0.05	0.00	valid
x2.5	0.05	0.00	valid
x2.6	0.05	0.00	valid
x2.7	0.05	0.00	valid
x2.8	0.05	0.00	valid
x2.9	0.05	0.00	valid
x2.10	0.05	0.00	valid
x2.11	0.05	0.00	valid
x2.12	0.05	0.00	valid
x2.13	0.05	0.00	valid
x2.14	0.05	0.00	valid
x2.15	0.05	0.00	valid
x2.16	0.05	0.00	valid
x2.17	0.05	0.00	valid
x2.18	0.05	0.00	valid
x2.19	0.05	0.00	valid
x2.20	0.05	0.00	valid

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*

Berdasarkan tabel 5. dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari variabel kualitas layanan fasilitas yang akan diberikan pada responden adalah valid, nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka angket dinyatakan valid dan nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka angket dinyatakan tidak valid.

### 3) Pengujian validitas variabel kepuasan konsumen (Y)

Berikut ini hasil pengujian validitas untuk item atau butir pernyataan variabel kepuasan konsumen dengan menggunakan nilai signifikansi (P-Value) yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

No. item	Nilai Signifikan <0.05	Nilai Signifikan	Keterangan
y1	0.05	0.00	valid
y2	0.05	0.00	valid
y3	0.05	0.00	valid
y4	0.05	0.00	valid
y5	0.05	0.00	valid
y6	0.05	0.00	valid
y7	0.05	0.00	valid
y8	0.05	0.00	valid
y9	0.05	0.00	valid
y10	0.05	0.00	valid
y11	0.05	0.00	valid
y12	0.05	0.00	valid

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*



Berdasarkan tabel 6. dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari variabel kepuasan konsumen yang akan diberikan pada responden adalah valid, nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel maka angket dinyatakan valid dan nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel maka angket dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Instrumen yang telah valid kemudian dilakukan uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbachs Alpha dengan bantuan SPSS dengan nilai reliabilitas nya (Alpha Cronbach)  $> 0,70$ . Dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas**  
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	72.9
	Excluded <sup>a</sup>	35	27.1
	Total	129	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*

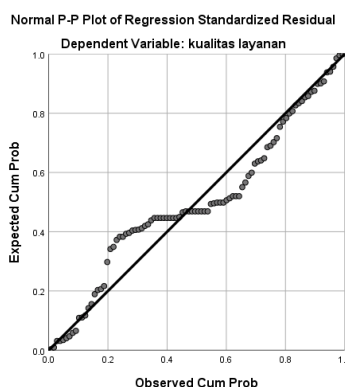
Berdasarkan tabel 4. tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item Pernyataan reliabel. Semua variabel dinyatakan reliabel disebabkan karena hasil Cornbachs Alpha besar dari 0,7 ( $>0,07$ ) yaitu senilai 0,984 sehingga dapat dikatakan reliabel.

### 3. Uji Prasyarat (Asumsi Klasik)

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang q13dikumpulkan mengikuti distribusi normal. Dengan melakukan uji normalitas yang tepat, peneliti dapat menghindari kesalahan dalam interpretasi data. Data yang baik adalah suatu data yang berdistribusi normal. Dapat dilihat pada gambar berikut:

1) Uji Normalitas dengan P-Plot



**Gambar 1.** Hasil Uji Normalitas P-Plot

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*

Berdasarkan gambar 4. dapat disimpulkan bahwa sebaran data pada gambar mayoritas mengikuti garis diagonal sehingga dapat dikatakan data tersebut normal. Karena ketika sebaran data menyebar dan mengikuti garis diagonal maka berkesimpulan data tersebut berdistribusi normal.

## 2) Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov (KS)

**Tabel 8. Hasil Uji Normalitas KS**

Variabel	Asymp. sig	Keterangan
Fasilitas (X1)	0,161	Normal
Kualitas Layanan (X2)		
Kepuasan Konsumen (Y)		

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*

Berdasarkan tabel 8. dapat dilihat bahwa nilai Asym.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,5. Jika nilai yang didapatkan ( $>0,05$ ) atau lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal, sehingga data yang telah diperoleh berkesimpulan normal karna lebih dari 0,05 yaitu bernilai 0,161.

Berdasarkan tabel 4. dapat dilihat bahwa nilai Asym.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,5. Jika nilai yang didapatkan probabilitas  $\leq 0,05$ , distribusi adalah tidak normal (asimetris) atau probabilitas  $\geq 0,05$ , distribusi adalah normal (simetris).

## b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel X dan variabel Y linear atau tidak. Hubungan antar variabel dikatakan linear apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ . Hasil dari uji linearitas yang telah dilakukan melalui SPSS 26 dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 9. Hasil Uji Linearitas.****ANOVA Table**

			Sig.
x1 * y	Between Groups	(Combined)	0,000
		Linearity	0,000
		Deviation from Linearity	0,073
	Within Groups		
	Total		

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)*

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi deviation from linearity adalah 0,073 yang mana nilai  $0,073 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel X1 (fasilitas klinik) dan variabel Y (kepuasan konsumen).

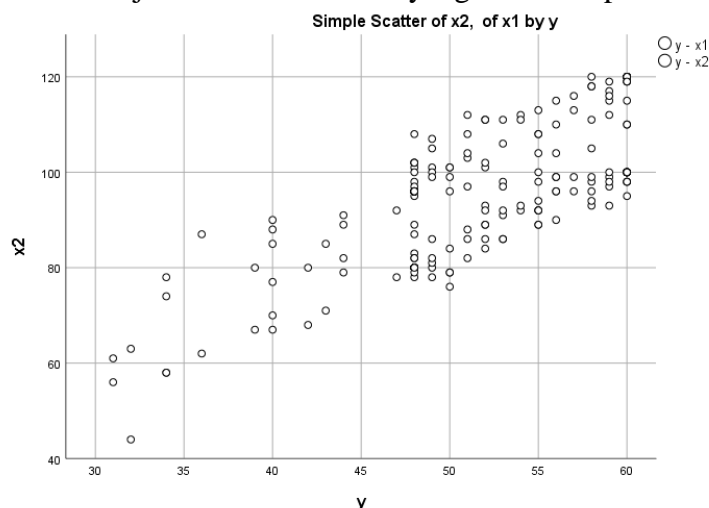
**Tabel 10. Hasil Uji Linearitas .****ANOVA Table**

			Sig.
y * x2	Between Groups	(Combined)	0,000
		Linearity	0,000
		Deviation from Linearity	0,075
	Within Groups		
	Total		

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi deviation from linearity adalah 0,075 yang mana nilai  $0,075 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel X2 (kualitas layanan) dan variabel Y (kepuasan konsumen).

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Berikut adalah gambar hasil uji heteroskedastisitas yang telah didapatkan:



**Gambar 2.** Hasil Uji Heteroskedastisita

*Sumber: Olahan Data Pribadi (2024)*

Berdasarkan gambar 2., dapat dikatakan bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas karena data tersebut tersebar diatas sumbu 0 dan dibawah sumbu 0 dan sebaran data tidak membentuk sebuah pola. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami terjadinya kasus heteroskedastisitas.

#### d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Ada tidaknya Multikolinieritas didalam model regresi adalah dilihat dari besaran Tolerance Value atau Variance Inflation Factor (VIF). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat berikut ini:

**Tabel 11. Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
fasilitas	.152	6.572	Tidak terjadi multikolinieritas
layanan fasilitas	.152	6.572	Tidak terjadi multikolinieritas

*Sumber: Pengolahan Data Pribadi (2025)*

Berdasarkan tabel diatas 11. diatas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel fasilitas, dan kualitas layanan lebih dari 0,1 dan nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10,00. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data hasil penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas sehingga pengolahan data dengan regresi linear berganda dapat dilakukan karena tidak multikolinearitas antara sesama variabel bebas.

#### Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat dibuat pembahasan fasilitas dan kualitas layanan serta pengaruh antara kedua variabel tersebut terhadap

kepuasan konsumen. Dari analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel independen (fasilitas dan kualitas layanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Penjelasannya sebagai berikut:

### **1. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Aiskin Padang**

Berdasarkan uji T fasilitas memiliki nilai signifikansi senilai 0,000 atau ( $<0,05$ ). Maka berkesimpulan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Aiskin Padang. Berdasarkan deskriptif statistik yang telah dilakukan pada variabel fasilitas didapatkan tingkat capaian responden senilai 86,06% dengan kategori sangat baik sehingga dikatakan bahwa Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi berdasarkan fasilitas. Berdasarkan latar belakang terdapat 5 pelanggan mempunyai keluhan dengan fasilitas yang cukup tinggi. Setelah penelitian dilakukan, bahwa fasilitas yang ditawarkan di Aiskin Padang terbilang sesuai dengan daya beli pelanggan, fasilitas yang cukup tinggi dirasakan bagi usia remaja yaitu 17-22 tahun. Sehingga adanya strategi fasilitas dan diskon dapat membuat pelanggan menjadi lebih puas. Karena faktor fasilitas dapat menentukan Kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020) tentang “Pengaruh fasilitas, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi Kepuasan konsumen pada konsumen gojek” Hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat fasilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Begitupun dengan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh antara variabel fasilitas terhadap variabel Kepuasan konsumen secara signifikan.

### **2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Aiskin Padang**

Berdasarkan uji T fasilitas memiliki nilai signifikansi senilai 0,000 ( $<0,05$ ). Maka berkesimpulan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Aiskin Padang. Berdasarkan deskriptif statistik yang telah dilakukan pada variabel kualitas layanan didapatkan tingkat capaian responden senilai 84,69% dengan kategori sangat baik sehingga dikatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi dari kualitas layanan. Berdasarkan latar belakang terdapat keluhan dari 5 pelanggan mengenai kualitas layanan yang belum meluas karena media kualitas layanan hanya melalui media sosial sehingga perlu adanya peningkatan penyebaran kualitas layanan melalui media iklan brosur maupun baliho. Karena dari hasil penelitian mendapatkan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh kepada kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yuliyanto, W. (2020) tentang “Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen” Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif dan terhadap kepuasan konsumen. Begitupun dengan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan konsumen secara signifikan.

### **3. Pengaruh fasilitas dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Aiskin Padang**

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan jika nilai signifikansi ( $<0,05$ ) kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap dependen. Dapat dikatakan bahwa fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikansi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Aiskin Padang.

Berdasarkan perhitungan Adjust R Square sebesar 0,918 dapat dijelaskan bahwa besarnya sumbangan proporsi pengaruh fasilitas dan kualitas layanan adalah sebesar 91,8% sedangkan sisanya yaitu 8,2% dipengaruhi oleh faktor lain dari luar variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian ini, fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan konsumen, sehingga apabila melakukan pemberian strategi fasilitas yang sesuai dengan daya beli pelanggan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitupun dengan memberikan kualitas layanan pemasaran yang baik, jelas dan menarik serta menambah jangkauan target yang lebih meluas dapat meningkatkan kepuasan konsumen untuk berkunjung mencoba suatu produk atau jasa.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan juga pembahasan, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya H1 dari penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Aiskin Padang.
2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya H2 dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Aiskin Padang.
3. Fasilitas dan kualitas layanan sebagai variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap dependen. Artinya H3 dalam penelitian ini diterima. Dapat diartikan bahwa fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Aiskin Padang.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa hal yang disarankan kepada beberapa pihak yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Departemen  
Tata Rias dan Kecantikan Diharapkan penelitian ini menjadi bahan wawasan materi dalam pelajaran kepada mahasiswa, dalam menambah ilmu pengetahuan dan informasi tentang bagaimana memenuhi kepuasan konsumen karena sesuai profesi departemen hal tersebut menjadi tujuan utama untuk dilakukan.
2. Kepada pihak Aiskin Padang  
Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa fasilitas dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu pihak Aiskin Padang lebih dapat untuk meningkatkan strategi pemberian fasilitas yang diberikan kepada pelanggan dan juga kualitas layanan-kualitas layanan yang menarik sehingga kepuasan konsumen terpenuhi dan memutuskan untuk melakukan pembelian produk maupun jasa.
3. Kepada peneliti selanjutnya  
Diharapkan peneliti lebih memperluas kajian tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena masih banyak faktor lain yang belum terungkap mengenai pengaruh kepuasan konsumen di Aiskin Padang seperti kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Aiskin Padang dan faktor-faktor lainnya.

## DAFTAR PUSAKA

- Rahmadani, Suci Vidia, and Desy Mardhiah. "Motif Mahasiswa Melakukan Perawatan di Klinik Kecantikan (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP)." *Jurnal Perspektif* 4.4 (2021): 580-592.
- Darmianti, Mia, and Bulan Prabawani. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Nilai Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Konsumen Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8.4 (2019): 287-299.
- Sitepu, Elsinta Alvionika, and Nicholas Marpaung. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Klinik Ms Glow (Studi pada Konsumen Ms Glow Aesthetic Clinic Medan)." *Journal Of Social Research* 1.8 (2022): 908-915.
- Izza, Difa Wardatul, and Salma Zavira. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Klinik Kecantikan Atas Penggunaan Kosmetik Racikan Dokter." *Perspektif: Kajian Masalah Hukum dan Pembangunan* 25.2 (2020): 107-119.
- Agrevinna, Mause. "Strategi pengembangan bisnis dalam bidang kecantikan." *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana* 15.1 (2020).
- Marsendy, Emylda, and Rahmiati Rahmiati. "Profil Usaha Salon Kecantikan Tipe Pratama Di Kota Padang." *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga* 11.02 (2020): 206-218.
- Khoirista, Afrinda. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen." *Jurnal administrasi bisnis* 25.2 (2015).
- Bali, Asri Yanti. "Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi* 1.1 (2022): 1-14.
- Zulkarnaen, Wandy, and Neneng Nurbaeti Amin. "Pengaruh strategi penetapan fasilitas terhadap kepuasan konsumen." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 2.1 (2018): 106-128.
- Oktarina, Harti, Eka Adnan Agung, and Sitti Hajar Aswad. "Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia." *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara*. Vol. 1. No. 1. 2019.
- Sofya, Ayu, et al. "Metode Survey: Explanatory Survey dan Cross Sectional dalam Penelitian Kuantitatif." *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT* 4.3 (2024): 1696-1708.
- Pratiwi, Nova Rizca. "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada Zama Homewear Malang." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 2.2 (2021): 18-27.
- Astuti, Enny Diah, and Nika Sintesa. "Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Pesan Antar Makanan." *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi* 13.2 (2020): 154-158.
- Christasya, Beatrice. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Klinik Kecantikan." *Lex Privatum* 14.1 (2024).
- Niangtyasgayatri, Thresia Idriani. "PERIZINAN PENGELOLAAN LIMBAH B3 KLINIK KECANTIKAN DI KOTA BANDAR LAMPUNG." (2021).
- Lein, Vinsensius Sugito, and Bhustomy Hakim. "Perancangan Sistem Pemesanan Jasa Perawatankecantikan Secara Home Service Berbasis Website (Studi Kasus: Umkm Salon Kecantikan Kota Tangerang Selatan)." *JBASE-Journal of Business and Audit Information Systems* 6.1 (2023).
- Zaintara, Mirzha Zhulfy. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen*. Diss. Universitas Yudharta, 2023.
- Kusdianto, and Eka Hendra Priyatna. "KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Pada Auto 2000, Pasar Kemis)." *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis* 2.1 (2020): 137-148.
- Sasongko, Sambodo Rio. "Faktor-faktor kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen (literature review manajemen pemasaran)." *Jurnal ilmu manajemen terapan* 3.1 (2021): 104-114.

- Kurniawan, Johannes, Reagan Brian, and Stephanie Theodora Mulyono. "PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MUSEUM MACAN, JAKARTA." *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata* 5.2 (2022): 38-43.
- Maulidiah, Eka Putri, Survival Survival, and Bambang Budiantono. "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen." *Jurnal Economina* 2.3 (2023): 727-737.
- Kurniawan, Dimas Dwi, and Euis Soliha. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada My Kopi O Semarang." *YUME: Journal of Management* 5.1 (2022): 348-358.
- William, William, and Tiurniari Purba. "Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada bengkel mazda di kota batam." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8.1 (2020).
- Fadillah, Fitri, and Intisari Haryanti. "Analisis pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 3.2 (2021): 125-139.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. "Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3.1 (2022): 211-224.
- Ramadhan, Afif Ghaffar, and Suryono Budi Santosa. "Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada sepatu nike running di semarang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening." *Diponegoro Journal of Management* 6.1 (2017): 59-70.
- Gultom, Dedek Kurniawan, Muhammad Arif, and Muhammad Fahmi. "Determinasi kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui kepercayaan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3.2 (2020): 171-180.
- Putra, Rio. "Determinasi Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Fasilitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2.4 (2021): 516-524.
- Suhardi, Yusuf, et al. "Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal STEI Ekonomi* 31.02 (2022): 31-41.
- Dedy, Asep, and Yogi Alfandi. "Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan konsumen di sari ater hot springs resort ciater." *Jurnal Sains Manajemen* 4.1 (2022): 18-25.
- Savitri, Aulia Dewi, Fitra Abdurrachman Bachtiar, and Nanang Yudi Setyawan. "Segmentasi Konsumen Menggunakan Metode K-Means Clustering Berdasarkan Model RFM Pada Klinik Kecantikan (Studi Kasus: Belle Crown Malang)." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 2.9 (2018): 2957-2966.
- Ammerinda, Tirra. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Nadindra di Bandar Lampung." (2017).
- Saputra, Dian. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen pada BBM Jenis Pertamina Ron 92 DI PERTHASOP GLAGAH*. Diss. Universitas Islam Lamongan, 2023.
- Setiawan, Budi, and Ulli Aulia Ruki. "Penerapan Psikologi Desain pada Elemen Desain Interior." *Humaniora* 5.2 (2014): 1251-1260.
- Sumadi, Rudi. "Peranan Desain Interior Perpustakaan bagi Pemustaka di Perpustakaan P3DSPBKP." *Jurnal Pari* 2.1 (2016): 25-30.
- Hanifah, Oktavia Ayu Noor. *Studi Tentang Fungsi, Elemen Pembentuk Dan Pengisi Ruang Desain Interior Pada Kantor Kelurahan Joyosuran Di Surakarta*. Diss. Insitut Seni Indonesia (ISI) Surakarta, 2020.
- Indaryani, Emy. "Guru pembelajar modul paket keahlian tata kecantikan kulit SMK kelompok kompetensi A: sanitasi hygiene dan kosmetika kulit, karakteristik peserta didik." (2016).
- Oktavianti, Firda Noor. "Analisis tata ruang dalam kenyamanan kerja dan optimalisasi kinerja bagian humas dan protokol sekretariat DPRD kota surakarta." *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)* 2.3 (2018).

- Astuti, Anggi Dwi. "Penerapan Warna Pada Ruang Interior Anak Autis." *Narada* 5.1 (2018): 35-46.
- Savitri, Farikha Ana, and Deni Setiawan. "Pengembangan buku menggambar ilustrasi." *Jurnal Kreatif: Jurnal Kependidikan Dasar* 9.1 (2018).
- Cristina, Natalia Neisya, et al. "Sosialisasi manfaat inovasi pengolahan singkong desa petanang serta fungsi media aplikasi kualitas layanan digital program KKN tematik mbkm mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri." *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat* 1.4 (2022): 141-152.
- Nisrina, Vina, and Mukhlisshotul Jannah. "DINAMIKA INDUSTRI HALAL FOOD PADA KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Toko Kue Dan Bolu Alfina Jakarta Barat)." *Salam (Islamic Economics Journal)* 5.1 (2024): 1-9.
- Sumartono, Sumartono, and Hani Astuti. "Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan." *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 15.1 (2018).
- Novia, Mirna Ayu, Baharuddin Semmaila, and Imaduddin Imaduddin. "Pengaruh Kepuasan konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen." *Tata Kelola* 11.2 (2024): 111-122.
- Boediono, Meilina, Sonata Christian, and Dewi Mustikasari Immanuel. "Pengaruh kualitas produk dan Kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen Sealantwax." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis* 3.1 (2018): 90-99.
- Jienardy, Christine. "Gap analisis persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap Kepuasan konsumen, fasilitas, kualitas produk Esus." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis* 1.6 (2016): 703-710.
- Savira, Winda Devie, and Wahyu Subadi. "Kualitas Pelayanan Kesehatan Dilihat Dari Aspek Tangible (Berwujud) Dalam Rangka Meningkatkan Pelayanan Kesehatan Pada Puskesmas Hikun Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong." *JAPB* 6.2 (2023): 749-762.
- Sanadi, Petrus Yan Fayaman, S. Fatmawada, and Djunaedi Djunaedi. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR PADA KANTOR SAMSAT KABUPATEN BIAK NUMFOR." *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak* 19.1 (2024): 55-71.
- Manalu, Ika M., and Wahyu Subadi. "Analisis Kualitas Pelayanan Publik Ditinjau Dari Aspek Tangible (Berwujud) Pada Kantor Desa Maburai Kecamatan Murung Pudak." *JAPB* 4.2 (2021): 1335-1347.
- Khaerunnisa, A., Abdul Razak Munir, and Fahrina MuTenaga kerja. "Pengaruh Kepuasan konsumen Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah." *SEIKO: Journal of Management & Business* 6.2 (2023): 479-492.
- Fahriani, Nida Salma, and Intan Rike Febriyanti. "Analisis Kepuasan Konsumen di Apotek Bunda Cikembar." *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2.3 (2022): 1-11.
- Achmad, Erza Rizky. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen: Studi kasus pada VespaBox Kota Malang." *Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 2020.
- Syahidin, Syahidin, and Adnan Adnan. "Analisis Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon." *Gajah Putih Journal of Economics Review* 4.1 (2022): 20-32.
- Millah, Hayatul. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Tenaga kerja Terhadap Kepuasan Konsumen." *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 6.2 (2020): 134-142.
- Sarihati, Titian, Pribadi Widodo, and Widihardjo Widihardjo. "Penerapan Elemen-Elemen Interior Sebagai Pembentuk Suasana Ruang Etnik Jawa Pada Restoran Boemi Joglo." *ATRAT: Jurnal Seni Rupa* 3.3 (2015).
- Jufrizen, Jufrizen. "Pengaruh fasilitas kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja Tenaga kerja melalui motivasi kerja." *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera* 7.1 (2021): 35-54.
- Prasasti, Galih Ayu, and Putri Maisara. "Pengaruh fasilitas, fasilitas dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen mie gacoan di solo raya." *Publik* 9.2 (2022): 276-288.
- Alana, Peggy Rahma, and Tanto Askriyandoko Putro. "Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)* 5.2 (2020): 180-194.



- Supraptini, Nunuk, and Andhi Supriyadi. "Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dikabupaten Semarang." *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 3.2 (2020): 121-131.
- Hilmiyati, Fitri, Shiefa Aulia Putri, and Dewi iPurwanti. "Laporan Penelitian Kelompok 2022 "Pengaruh Kinerja Dosen Dalam Pembelajaran Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Program Pendidikan Profesi Guru (Ppg) Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten"." (2022).
- Syahroni, M. Irfan. "Prosedur penelitian kuantitatif." *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat* 2.3 (2022): 43-56.
- Daulay, Nurussakinah, et al. "Peran Layanan Konseling Individu terhadap Motivasi Belajar Siswa di Desa Timbang Lawan." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 4.4 (2022): 4872-4876.
- Cahyo, Karno Nur, Martini Martini, and Eri Riana. "Perancangan sistem informasi pengelolaan kuesioner pelatihan pada PT Brainmatics Cipta Informatika." *Journal of Information System Research (JOSH)* 1.1 (2019): 45-53.
- Firmansyah, Deri. "Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1.2 (2022): 85-114.
- Imron, Hasyim Ali. "Peran Sampling dan Distribusi Data dalam Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif." *Jurnal studi komunikasi dan media* 21.1 (2017): 111-126.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, et al. "Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online." *Jurnal Sains Dan Informatika* 5.2 (2019): 128-137.
- Syofian, Suzuki, Timor Setyaningsih, and Nur Syamsiah. "Otomatisasi metode penelitian skala likert berbasis web." *Prosiding Semnastek* (2015).
- Wulandari, Vonny, and Aniek Wahyuati. "Pengaruh fasilitas, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 6.3 (2017).
- Harfika, Jarliyah, and Nadiya Abdullah. "Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit umum Kabupaten Aceh Barat Daya." *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal* 14.01 (2017).
- Rahmanto, Yuri, and Yusra Fernando. "Rancang bangun sistem informasi manajemen kegiatan Ekstrakurikuler berbasis web (studi kasus: SMK Ma'arif Kalirejo Lampung Tengah)." *Jurnal Tekno Kompak* 13.2 (2019): 11-15.
- Al Hakim, Riko, Ika Mustika, and Wiwin Yuliani. "Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi." *FOKUS: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan* 4.4 (2021): 263-268.
- Novikasari, Ifada. "Uji Validitas Instrumen." *Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto* 56 (2016).
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia, 2021.
- Burhanuddin, Izmi, and Ir Baso Riadi Husda. "Analisis Pengembangan Usaha Jasa Salon Kecantikan Di Kota Makassar." *YUME: Journal of Management* 7.2 (2024): 490-496.
- Gagarin, Lalu, Akhmad Saufi, and Handry Sudiarta. "Pengaruh Cita Rasa Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Rokok Di Tobacco House Lombok." *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* 2.3 (2023): 223-239.
- Kustiari, Ninik, Theresia Pradiani, and Mohammad Bukhori. "Pengaruh Kualitas layanan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Mahasiswa Kuliah di Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang." *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen* 2.2 (2024).
- Nizam, Mohammad Fatih, Eva Mufidah, and Vita Fibriyani. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm." *Jurnal Ema* 5.2 (2020): 100-109.
- Maydiana, Luthfia. "Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada jasa cuci motor mandiri." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 7.2 (2019)
- Hasibuan, Ririn. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Vanilla Panyabungan." *Jurnal Misi* 4.3 (2021).
- Fauzia, Dina Eka, Atik Rochaeni, and Siti Munawaroh. "PENGARUH KUALITAS

PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI MAL PELAYANAN PUBLIK (MPP) KOTA CIMAHI." Caraka Prabhu: Jurnal Ilmu Pemerintahan 8.1 (2024): 127-152.

IrawanLubis, Muhammad Fahri, Nuri Aslami, and Khairina Tambunan. "Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Pascho Pematangsiantar." Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (M EA) 7.2 (2023): 872-882.

Butarbutar, Marisi, et al. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar." Maker: Jurnal Manajemen 7.2 (2021): 200-207.

Alkathiri, Azizah TB, and Yeptadian Sari. "Pengaruh warna terhadap produktivitas Tenaga kerja kantor." PURWARUPA Jurnal Arsitektur 3.3 (2019): 187-192.

Widana, I. Wayan, and Ni Putu Lia Muliani. "Uji persyaratan analisis." (2020).