

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Azzahra 3 Kabupaten Purwakarta

Patriot Nusa^{1*}, Winda Suci Lestari Nasution²

¹STIEB Perdana Mandiri, Purwakarta, Jawa Barat, Indonesia

²Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia

*Email korespondensi: patriotnusa@gmail.com

Abstrak

Bisnis kesehatan, seperti klinik dan rumah sakit, semakin berkembang. Hal ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap industri kecantikan. Klinik Azzahra 3 merupakan penyedia jasa pelayanan kecantikan yang telah berkembang dan beroperasi sejak lama di Kabupaten Purwakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Azzahra 3. Selanjutnya, pengukuran besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dilakukan menggunakan teknik analisis korelasi sederhana dan regresi linear sederhana yang diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.0. Penelitian ini menggunakan metode survei terhadap 96 responden. Responden yang diteliti merupakan pelanggan Klinik Azzahra 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berada pada kategori kuat. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 54,4%, sedangkan 45,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan memperkuat bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati. Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan bukti empiris baru mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, klinik kecantikan

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Azzahra 3 Beauty Clinic in Purwakarta Regency

Abstract

Healthcare businesses, such as clinics and hospitals, continue to grow. This growth is driven by the increasing demand for beauty services. Azzahra Clinic 3 is a beauty service provider that has long operated in Purwakarta Regency. This study aimed to determine the extent to which service quality affects customer satisfaction at Azzahra Beauty Clinic 3. The magnitude of the effect of service quality on customer satisfaction was measured using simple correlation analysis and simple linear regression processed with SPSS software version 25.0. This study employed a survey method involving 96 respondents. The respondents were customers of Azzahra Clinic 3. The results showed that service quality and customer satisfaction were categorized as strong. Service quality affected customer satisfaction by 54.4%, while the remaining 45.6% was influenced by other factors not examined in this study. Service quality can be improved by strengthening physical evidence, responsiveness, assurance, and empathy. This study contributes new empirical evidence regarding the effect of service quality on customer satisfaction.

Keywords: service quality, customer satisfaction, beauty clinic

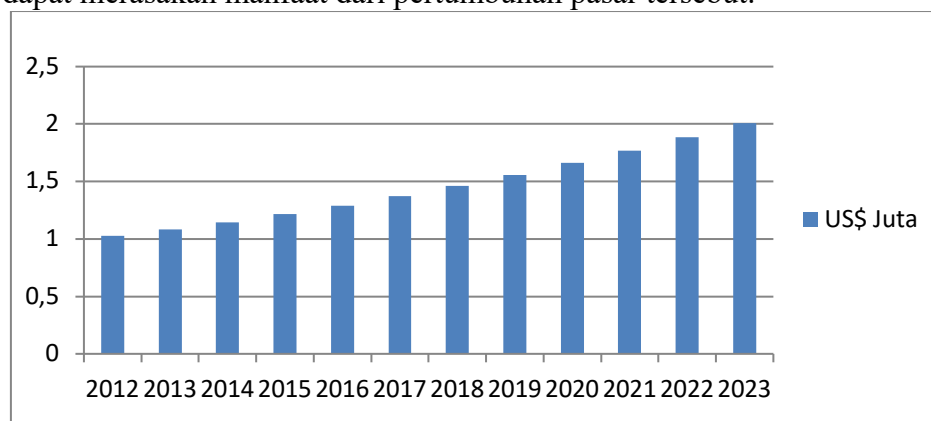
PENDAHULUAN

Secara umum, perawatan kecantikan di Indonesia saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang yang menginginkan kulit sehat, khususnya para wanita yang menginginkan kecantikan dan kesempurnaan. Gaya hidup kaum wanita saat ini menuntut mereka untuk lebih memperhatikan penampilan. Untuk itu, perawatan kulit sangat penting bagi setiap orang. Terlebih lagi, untuk mengatasi berbagai keluhan yang menyebabkan masalah pada kulit dan dapat mengurangi kecantikan, setiap orang membutuhkan produk dan perawatan yang tepat.

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin ketatnya persaingan, perusahaan harus mampu mengenali tingkat kepuasan, kebutuhan, dan harapan konsumen, baik saat ini maupun pada masa mendatang. Seiring dengan perkembangan zaman, dunia kecantikan juga berkembang cukup pesat. Kesadaran akan penampilan dirasa sangat penting, baik bagi perempuan maupun laki-laki.

Secara nasional, berdasarkan data Euromonitor International dalam laporan bertajuk *The Future of Skin Care*, pasar kosmetik dan perawatan kulit di Indonesia pada tahun ini diprediksi mencapai 2 miliar dolar AS. Data yang sama juga menyebutkan bahwa Indonesia berpotensi menjadi penyumbang terbesar kedua bagi pertumbuhan industri perawatan kulit dunia. Masyarakat saat ini menjadi cukup peduli untuk melakukan perawatan kulit. Apalagi di wilayah perkotaan, tempat debu, polusi, serta tingkat stres cukup tinggi, masyarakat terkadang perlu meluangkan waktu untuk memanjakan kulit agar tetap bersih dan terawat sehingga penampilan pun tetap terjaga.

Berdasarkan hasil riset, besarnya potensi pertumbuhan pasar tersebut jelas menjadi tanda yang menguntungkan bagi bisnis kosmetik. Meskipun demikian, tidak semua perusahaan kosmetik dapat merasakan manfaat dari pertumbuhan pasar tersebut.



Gambar 1. Pertumbuhan Penjualan Kosmetik Di Indonesia Nilai (US\$ juta) Tahun 2012- 2023

Menurut ANTARA News, industri kosmetik nasional mengalami pertumbuhan sekitar 20% pada 2017 yang didorong oleh peningkatan permintaan domestik dan ekspor. Pertumbuhan tersebut sekitar empat kali lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Sumber yang sama juga melaporkan bahwa pertumbuhan industri kosmetik tercatat sebesar 6,35% pada 2017 dan meningkat menjadi 7,36% pada triwulan I 2018. Selain itu, jumlah perusahaan kosmetik bertambah sebanyak 153 perusahaan sehingga totalnya mencapai lebih dari 760 perusahaan (ANTARA News, tahun).

Fenomena pertumbuhan klinik kecantikan telah banyak terjadi di kota besar maupun kota kecil. Hal ini disebabkan oleh semakin meningkatnya kesadaran untuk memperhatikan kecantikan di kalangan wanita dan pria. Klinik Kecantikan Azzahra 3 merupakan tempat bagi wanita maupun pria untuk memenuhi kebutuhan perawatan wajah dan tubuh dengan menyediakan rangkaian *skin care* sesuai keinginan. Klinik ini berlokasi di Jl. Situ Bullet, Negeri Kidul, Purwakarta.

Salah satu pesaing Klinik Kecantikan Azzahra 3 adalah Natasha Skin Clinic Center Purwakarta sehingga pelanggan memiliki banyak pilihan dalam menentukan klinik kecantikan yang sesuai dengan keinginannya. Hal inilah yang membuat Klinik Kecantikan Azzahra 3 memberikan sesuatu yang baru kepada calon konsumen, seperti melayani pelanggan dengan lebih sopan. Klinik Kecantikan Azzahra 3 juga memperluas tempat pelayanan agar dapat memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, masing-masing perusahaan berusaha agar pelanggan tetap setia menggunakan jasanya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan.

Untuk mempermudah melihat jumlah pesaing, penulis menyajikan data dalam bentuk tabel. Berikut merupakan daftar klinik kecantikan yang sejenis dengan Klinik Kecantikan Azzahra 3 di Kabupaten Purwakarta.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung tahun 2017-2019

Bulan	Jumlah Pengunjung Periode		
	2017	2018	2019
Januari	53	53	21
Febuari	63	42	53
Maret	51	28	28
April	41	20	20
Mei	34	58	58
Juni	44	32	32
Juli	35	30	30
Agustus	18	31	31
September	47	20	20
Oktober	29	30	30
November	58	21	43
Desember	78	36	53
Jumlah	551	447	406

Sumber: Klinik Azzahra 3, 2020.

Berdasarkan Tabel 1 di atas, terlihat bahwa terjadi penurunan jumlah pengunjung klinik kecantikan di Purwakarta. Terlihat bahwa beberapa bulan mengalami peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung. Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa jumlah pengunjung klinik kecantikan di Purwakarta setiap bulan mengalami peningkatan dan penurunan yang cukup signifikan. Jumlah pengunjung dari tahun 2017 sampai 2018 mengalami penurunan yang signifikan sebesar 107 pengunjung, sedangkan dari tahun 2018 sampai 2019 jumlah pengunjung mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 41 pengunjung. Namun, penurunan tersebut lebih kecil dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Di sini, kualitas pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga menyebabkan berkurangnya jumlah pelanggan karena pelayanan yang kurang maksimal. Hal tersebut antara lain disebabkan oleh lokasi yang cukup jauh dari jalan raya dan kurang terlihat oleh banyak orang, jumlah petugas yang sedikit, tampilan bangunan dari luar yang biasa saja dan kurang menarik, serta dokter kulit yang jarang berada di lokasi Klinik Kecantikan Azzahra 3. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan tidak dapat memeriksakan keadaan kulitnya, padahal setiap orang memiliki jenis kulit wajah yang berbeda.

Sementara itu, kualitas pelayanan berkaitan dengan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja atau hasil layanan dengan harapannya dalam proses pelayanan di klinik kecantikan tersebut. Pelanggan yang puas cenderung kembali menggunakan jasa klinik kecantikan yang menurut mereka dapat memberikan kepuasan. Hal ini menyiratkan bahwa kepuasan pelanggan tidaklah cukup karena puas atau tidak puas hanyalah salah satu bentuk emosi. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan konsumen itu sendiri. Kotler juga menyatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi sebelum, saat, dan sesudah transaksi.

Pada dasarnya, dalam menjalankan bisnis klinik kecantikan, sangat penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan, komposisi *skincare*, bangunan atau fasilitas yang lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman, menyediakan rangkaian *facial* yang beragam agar pelanggan dapat memilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kulit, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Konsumen pada dasarnya datang ke klinik kecantikan untuk memenuhi kebutuhan utamanya, yaitu memanjakan kulit. Setiap pengusaha dalam bisnis apa pun pasti akan selalu memberikan yang terbaik kepada konsumennya.

Pihak klinik kecantikan harus bekerja keras dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Hal tersebut sangat penting karena adanya persaingan yang ketat dari para pelaku bisnis klinik kecantikan lainnya yang masing-masing berusaha menampilkan ciri khas, karakter, dan identitas klinik kecantikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan Klinik Azzahra 3 terhadap kepuasan pelanggan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Azzahra 3 Purwakarta. Menurut Sugiyono (2022, hlm. 2), “Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.”

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Dalam metode kuantitatif terdapat berbagai macam metode, tetapi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Sugiyono berpendapat bahwa “Yang termasuk metode penelitian kuantitatif adalah metode eksperimen dan survei. Peneliti kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti bersifat sebab dan akibat (kausal) sehingga dalam penelitiannya terdapat variabel independen (sebab) dan dependen (akibat).” Terkait metode survei, Sugiyono (2017, hlm. 8) mengemukakan, “Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengadakan kuesioner, tes, wawancara terstruktur, dan sebagainya.” Adapun subjek penelitian ini adalah karyawan Klinik Azzahra 3 Purwakarta. Kemudian, objek penelitian adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Azzahra 3. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh karyawan Klinik Azzahra 3 Purwakarta. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang kebetulan ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Hidayani & Handayani, 2017, hlm. 139). Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian melakukan generalisasi dengan tingkat kesalahan yang sangat kecil. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling insidental, yang termasuk dalam *nonprobability sampling*. Sampel yang akan diambil adalah siapa saja pengunjung yang pernah melakukan perawatan di Klinik Kecantikan Azzahra 3 Purwakarta hingga mencapai jumlah sampel yang diinginkan.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 96 orang pelanggan Klinik Azzahra 3 Purwakarta. “Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi, dan gabungan keempatnya” (Sugiyono, 2022, hlm. 224). Sugiyono (2022, hlm. 103) menambahkan bahwa “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian sebab tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data yang akurat sehingga tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan.”

Selanjutnya, analisis data menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Sugiyono (2022, hlm. 206) menyatakan bahwa “Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul.” Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian kuantitatif, yaitu 1) statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Yang termasuk dalam statistik deskriptif antara lain penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, piktoqram, perhitungan modus, median, *mean* (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, serta perhitungan persentase; 2) statistik inferensial. Statistik inferensial, yang sering juga disebut statistik induktif atau statistik probabilitas, adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Terdapat dua statistik inferensial, yaitu a) statistik parametrik, digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik atau menguji ukuran populasi melalui data sampel; dan b) statistik nonparametrik. Berdasarkan penjelasan tersebut, dalam penelitian ini penulis menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kepuasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas adalah “derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dan data yang dikumpulkan oleh peneliti” (Sugiyono, 2022, hlm. 125). Uji validitas data dalam penelitian ini dilakukan terhadap 96 responden, yaitu pelanggan, untuk mengisi survei variabel X dan variabel Y di Klinik Azzahra 3 Purwakarta.

Pada uji validitas data ini digunakan pernyataan yang diwujudkan dalam bentuk kuesioner dan dibagikan kepada responden. Uji validitas data dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai butir pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Hal ini penting karena salah satu syarat agar suatu data dapat diuji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan valid atau tidaknya pernyataan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Taraf signifikansi sebesar 5% dengan derajat kebebasan (dk) = 2. Dalam hal ini, n adalah jumlah sampel. Jika r hitung > r tabel, pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung < r tabel, pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid. Berikut adalah tabel hasil uji validitas data:

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1	0,415	0,2006	Valid
2	X2	0,419	0,2006	Valid
3	X3	0,340	0,2006	Valid
4	X4	0,737	0,2006	Valid
5	X5	0,414	0,2006	Valid
6	X6	0,542	0,2006	Valid
7	X7	0,527	0,2006	Valid
8	X8	0,364	0,2006	Valid
9	X9	0,753	0,2006	Valid
10	X10	0,325	0,2006	Valid
11	X11	0,750	0,2006	Valid
12	X12	0,525	0,2006	Valid

No	Pernyataan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
13	X13	0,361	0,2006	Valid
14	X14	0,760	0,2006	Valid
15	X15	0,319	0,2006	Valid

Sumber: Pengolahan data SPSS 25.0.

Berdasarkan hasil uji validitas, terlihat bahwa nilai *r* hitung tiap *item* pernyataan lebih besar dari *r* tabel = 0,2006. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *item* pernyataan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya.

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
1	Y1	0,566	0,2006	Valid
2	Y2	0,600	0,2006	Valid
3	Y3	0,595	0,2006	Valid
4	Y4	0,568	0,2006	Valid
5	Y5	0,461	0,2006	Valid
6	Y6	0,534	0,2006	Valid
7	Y7	0,603	0,2006	Valid
8	Y8	0,538	0,2006	Valid
9	Y9	0,500	0,2006	Valid
10	Y10	0,641	0,2006	Valid
11	Y11	0,352	0,2006	Valid
12	Y12	0,641	0,2006	Valid

Sumber: Pengolahan data SPSS 25.0.

Berdasarkan hasil uji validitas, terlihat bahwa nilai *r* hitung tiap *item* pernyataan lebih besar dari *r* tabel = 0,2006. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *item* pernyataan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti pada objek yang sama menghasilkan data yang sama, peneliti yang sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau kelompok data yang dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2022, hlm. 28).

Di bawah ini disajikan tabel hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien Kesepakatan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,796	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,788	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25.0.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat dilihat bahwa instrumen dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari koefisien kesepakatan 0,796 untuk kualitas pelayanan dan 0,788 untuk variabel kepuasan pelanggan, sehingga kedua instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau

tidak. Jika data berdistribusi normal, uji statistik parametrik dapat digunakan (Siregar, 2018:12). Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 22, diperoleh hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
N		96	96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	61.57	50.42
	Std. Deviation	4.877	4.364
Most Extreme Differences	Absolute	.088	.060
	Positive	.088	.060
	Negative	-.082	-.058
Test Statistic		.088	.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 ^c	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

a. diolah 2020

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25.0.

Berdasarkan Tabel 4.20 di atas, diperoleh nilai Sig. yang lebih besar daripada nilai probabilitas ($0,062 > 0,05$), artinya kualitas pelayanan berdistribusi normal. Untuk kepuasan pelanggan, diperoleh nilai Sig. yang lebih besar daripada nilai probabilitas ($0,200 > 0,05$), artinya kepuasan pelanggan berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Siregar (2018:178) menyatakan bahwa “Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah antara variabel tak bebas (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linear. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam penerapan metode regresi linear.”

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 22, diperoleh hasil uji linearitas sebagai berikut:

Tabel 5. Uji linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	1121.415	19	59.022	6.521	.000
		Linearity	965.605	1	965.605	106.678	.000
		Deviation from Linearity	155.809	18	8.656	.956	.517
	Within Groups		687.919	76	9.052		
	Total		1809.333	95			

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25.0.

Berdasarkan Tabel 4.21, diperoleh nilai Sig. sebesar 0,517. Nilai Sig. tersebut lebih besar daripada 0,05 ($0,517 > 0,05$), yang berarti terdapat hubungan linear antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Method of Successive Intervals

Perhitungan MSI dilakukan terhadap 96 responden untuk kuesioner kualitas pelayanan sebanyak 15 pernyataan dan kuesioner kepuasan pelanggan sebanyak 12 pernyataan (hasil perhitungan MSI variabel jasa dan kepuasan pelanggan terlampir).

Analisis Korelasi

Hasan (2018:233) menyatakan bahwa “Koefisien korelasi merupakan indeks atau bilangan yang digunakan untuk mengukur keeratan (kuat, lemah, atau tidak ada) hubungan antarvariabel.”

Tabel 6. Hasil Analisis Korelasi

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25.0.

Pada Tabel 4.23, terlihat bahwa nilai korelasi *Product Moment* yang diperoleh sebesar 0,737. Jika dikonfirmasi dengan tabel interpretasi koefisien korelasi nilai r , korelasi sebesar 0,737 berada pada interval 0,60–0,799, yang berarti hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tergolong kuat (Sugiyono, 2022).

Regresi Linear Sederhana

Siregar (2018:379) menyatakan bahwa “Regresi linear dapat digunakan untuk memprediksi permintaan pada masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel tak bebas (dependen).”

Tabel 7. Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.873	3.125		2.840	.006
Kualitas Pelayanan	.651	.062	.737	10.584	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25.0.

Pada tabel di atas, terlihat nilai konstanta sebesar 8,873 dan nilai beta sebesar 0,651 serta diperoleh nilai t hitung = 10,584 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian, diperoleh persamaan $\hat{Y} = a + BX$ atau $\hat{Y} = 8,873 + 0,651X$. Nilai konstanta sebesar 8,873 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan ($X = 0$), variabel kepuasan pelanggan bernilai 8,873. Koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,651 menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, kepuasan pelanggan diprediksi akan meningkat sebesar 0,651 (65,1%).

Koefisien Determinasi

Ghozali (2014:76) menyatakan bahwa “koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.” Nilai koefisien determinasi berada antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Selanjutnya, menurut Ghozali (2015:97), “Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.”

Tabel 8. koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.539	4.020
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25.0.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan koefisien R sebesar 0,737. Nilai tersebut berada pada interval 0,60–0,799 yang menunjukkan tingkat hubungan yang kuat. Artinya, terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Pada tabel di atas juga dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh adalah 0,544 (54,4%). Artinya, kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 54,4% terhadap kepuasan pelanggan Klinik Azzahra 3 Purwakarta, sedangkan sisanya sebesar 45,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 22, diperoleh hasil uji signifikansi sebagai berikut

Tabel 9. Uji Signifikan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.873	3.125		2.840	.006
	Kualitas Pelayanan	.651	.062	.737	10.584	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Data diolah tahun 2020

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25.0.

Berdasarkan Tabel 4.26 di atas, diperoleh nilai t hitung sebesar 10,584 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Azzahra 3 Kabupaten Purwakarta. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan) pada Klinik Azzahra 3 Purwakarta. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengolahan data yang menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 54,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain, seperti harga, biaya, kualitas produk, serta *physical evidence*. Penelitian ini penting bagi Klinik Azzahra 3 sebagai tolok ukur untuk meningkatkan kualitas layanan serta bagi peneliti untuk menggali temuan terbaru yang bermanfaat bagi masyarakat. Dengan demikian, diperlukan penelitian lebih lanjut pada masa mendatang untuk memperoleh hasil yang lebih variatif.

Sebagai saran berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, Klinik Azzahra 3 sebaiknya

melakukan perbaikan pada aspek kenyamanan ruang tunggu, bentuk bangunan, dan empati agar pelanggan menjadi lebih tertarik, lebih nyaman, dan melakukan pembelian ulang, serta menyediakan dokter klinik yang selalu siap untuk melakukan konsultasi dan perawatan wajah. Keterbatasan penelitian ini meliputi cakupan penelitian yang terbatas pada satu perusahaan sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati. Selain itu, penelitian ini hanya mencakup kualitas pelayanan sehingga masih terdapat banyak variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan di Klinik Azzahra 3 Kabupaten Purwakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Antara https://www.antaranews.com/berita/694225/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-?utm_source=chatgpt.com
- Antara https://www.antaranews.com/berita/694225/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-?utm_source=chatgpt.com
- Firdaus, & Zamzam. (2018). *Aplikasi metodologi penelitian*. Budi Utama.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Budi Utama.
- Fitrah, & Luthfiyah. (2017). *Metodologi penelitian*. Jejak.
- Hani. (2016, December 14). *Kepuasan konsumen (customers satisfaction)*. <http://hani309.blogspot.com/2016/12/kepuasan-konsumen-customers-satisfaction.html>
- Hidayati, N., Handayani, S., & Ikasari, N. (2019). *Statistik dasar*. Pena Perdana.
- Ikhsan, A. N. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan online shop JD.ID* [Skripsi]. <http://repository.unpas.ac.id/44971/>
- Indahingwati. (2019). *Kepuasan konsumen pada kualitas layanan SIM keliling*. Jakad.
- Indrasari, M. (2019a). *Pemasaran dan kepuasan pelayanan*. Unitomo Press.
- Indrasari, M. (2019b). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. IKAPI.
- Kaihatu, T. S., Daengs, A., & Indrianto. (2015). *Manajemen komplain*. Andi.
- Laksono, A. (2015, March 9). *Pengertian kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya menurut para ahli*. <http://adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-kepuasan-pelanggan-dan.html>
- Mukhtazar. (2020). *Prosedur penelitian pendidikan*. Absolute Media.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Sahabat Cendekia.
- Sudarso. (2016). *Manajemen pemasaran jasa perhotelan*. Budi Utama.
- Sudaryono. (2016). *Metode penelitian pendidikan*. Kharisma Putra Utama.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen pemasaran: Suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan*. Budi Utama.
- SWA <https://swa.co.id/read/258443/industri-kecantikan-masih-amankah-saat-pandemi>
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Unaradjan, D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Untari, T. (2018). *Metodologi penelitian: Penelitian kontemporer bidang ekonomi dan bisnis*. Pena Persada.
- Wahyono, B., & Veronica. (2015, June). *Manfaat kepuasan konsumen*. <http://www.pendidikanekonomi.com/2015/06/manfaat-kepuasan-konsumen.html>
- Suryati, L. (2015). *Manajemen pemasaran: Suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan*. Budi Utama.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Unaradjan, D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

- Untari, T. (2018). Metodologi penelitian: Penelitian kontemporer bidang ekonomi dan bisnis. Pena Persada.
- Wahyono, B., & Veronica. (2015, Juni). Manfaat kepuasan konsumen. <http://www.pendidikanekonomi.com/2015/06/manfaat-kepuasan-konsumen.html>