



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Beautyfy Clinic Bandar Lampung

The Influence of Employee Competence and Product Quality on Consumer Satisfaction at Beautyfy Clinic Bandar Lampung

Nanda Audia^{1*}, Arvidia Tri Eninda², Erlin Kurniati³, Okta Supriyaningsih⁴

^{1,2,3,4}Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

Nandaudia@radenintan.ac.id, Erlinkurniati@radenintan.ac.id, Arvidiatrieninda@gmail.com,

OktaSupriyaningsih@radenintan.ac.id

***Corresponding Author: E-mail:** Nandaudia@radenintan.ac.id

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 30 June, 2024

Revised: 31 July, 2024

Accepted: 26 August, 2024

Kata Kunci:

Kompetensi Karyawan;

Kualitas Produk;

Kepuasan Konsumen;

Keywords:

Employee competence;

Product quality;

Customer satisfaction;

DOI: 10.56338/jks.v7i8.5885

ABSTRAK

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan, hal ini karena ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah kompetensi karyawan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada beautyfy clinic bandar lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisa deskriptif dan analisa regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan menggunakan rumus slovin. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 konsumen pada beautyfy clinic. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan studi kepustakaan dan penelitian lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kompetensi karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Customer satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment that arises after comparing the performance (results) of a product that is thought of against the expected performance (or results), this is because there are several factors that can affect customer satisfaction. The purpose of the study was to determine whether employee competence and product quality affect customer satisfaction at beautyfy clinic bandar lampung. The method used in this research is quantitative method using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. This study uses probability sampling techniques using the slovin formula. Respondents used in this study were 100 consumers at beautyfy clinic. Data collection techniques using literature study and field research. The results showed that the employee competency variable had a positive and significant effect on customer satisfaction, and the product quality variable had a positive and significant effect on customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Klinik kecantikan adalah jasa perawatan kulit yang menawarkan produk dan jasa untuk melindungi, memperbaiki, dan meningkatkan tampilan kulit. Seiring berkembangnya teknologi dan budaya, perawatan kecantikan menjadi kebutuhan yang sangat penting di kalangan sebagian orang, terutama wanita. Perawatan kulit, wajah, dan tubuh menjadi bagian integral dari rutinitas sehari-hari yang tidak hanya memberikan manfaat fisik tetapi juga psikologis, seperti peningkatan rasa percaya diri (Rahman, 2022). Pesatnya pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia pada akhirnya sangat dipengaruhi oleh gaya hidup wanita yang semakin berkembang dan besarnya permintaan masyarakat untuk merawat diri agar terlihat cantik. Munculnya berbagai tren kecantikan, baik dari dalam maupun luar negeri, juga turut mendorong permintaan akan produk dan layanan kecantikan yang lebih beragam dan berkualitas tinggi. Fenomena ini tercermin dari meningkatnya jumlah salon kecantikan dan klinik estetika di berbagai kota besar dan kecil di Indonesia.

Besarnya kebutuhan akan kecantikan tidak hanya ditunjukkan dengan meningkatnya penggunaan produk kecantikan, tetapi juga dengan maraknya klinik kecantikan di Indonesia (Rahman, 2022). Klinik-klinik ini tidak hanya menawarkan perawatan dasar seperti facial dan peeling, tetapi juga prosedur medis yang lebih kompleks seperti botox, filler, dan laser. Kemajuan teknologi dalam bidang kecantikan memungkinkan klinik-klinik ini memberikan hasil yang lebih efektif dan efisien, sehingga semakin menarik minat konsumen. Kepuasan adalah reaksi seseorang pasca pembelian sebuah produk maupun jasa atau kondisi emosional yang ditunjukkan berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan, dan kesenangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen yaitu situasi kognitif pembeli yang berhubungan dengan kesepadanan (kesesuaian /kesenangan) atau ketidaksepadanan (tidak senang) dari hasil yang diperoleh dengan dibandingkan pengorbanan yang telah dilakukan (Cesariana et al., 2022). Kepuasan konsumen memainkan peran penting dalam menentukan loyalitas dan keputusan pembelian ulang, yang pada gilirannya mempengaruhi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Berdasarkan hasil observasi didapatkan bahwa jumlah konsumen pada Beautyfy Clinic di cabang Kaliawi dan di cabang Sukabumi pada 6 bulan terakhir mengalami fluktuasi, dilihat dari data konsumen dari bulan April hingga bulan September dimana dari bulan ke bulan mengalami peningkatan dan penurunan. Konsumen terbanyak di cabang Kaliawi ada pada bulan Mei sebanyak 260 konsumen, terendah ada pada bulan September sebanyak 200 konsumen, sedangkan di cabang Sukabumi konsumen terbanyak ada pada bulan Juni sebanyak 195 konsumen, terendah ada pada bulan Agustus sebanyak 125 konsumen. Fluktuasi ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Hambatan-hambatan yang membuat ketidakpuasan pada konsumen bisa berasal dari berbagai aspek, seperti kualitas pelayanan, kompetensi karyawan, kualitas produk, atau bahkan faktor eksternal seperti tren ekonomi dan sosial.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kompetensi karyawan (Pakurár et al., 2019). Kompetensi sebagai karakteristik yang mendasari seseorang dan berkaitan dengan efektivitas kinerja individu dalam pekerjaannya. Kompetensi adalah sesuatu karakteristik dasar yang lebih penting dalam memprediksi kesuksesan kerja pada individu seseorang, sesuatu itu lebih berharga dari pada kecerdasan akademik itu sendiri (Pakurár et al., 2019). Kompetensi karyawan mencakup kemampuan teknis, keterampilan interpersonal, dan pengetahuan tentang produk dan layanan yang ditawarkan, yang secara kolektif berkontribusi pada kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen (Pakurár et al., 2019).

Selain kompetensi karyawan, kualitas produk juga memberikan kontribusi dalam memprediksi variabel penting organisasi yang berhubungan dengan kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah

karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Jika barang dan jasa yang dibeli cocok dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan atau loyalitas pelanggan dan sebaliknya (Triana et al., 2017). Kualitas produk yang baik tidak hanya mencakup efektivitasnya dalam memberikan hasil yang diinginkan, tetapi juga keamanan, keawetan, dan keandalan produk tersebut. Selain faktor internal seperti kompetensi karyawan dan kualitas produk, faktor eksternal seperti persaingan industri juga berperan penting. Persaingan yang ketat antar klinik kecantikan mendorong setiap klinik untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka. Inovasi menjadi kunci dalam memenangkan persaingan ini, di mana klinik harus selalu mengikuti perkembangan teknologi dan tren kecantikan terkini (Farid, 2023).

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah pengalaman pelanggan. Pengalaman pelanggan mencakup seluruh interaksi konsumen dengan klinik, mulai dari proses reservasi, pelayanan saat kedatangan, hingga follow-up setelah perawatan. Pengalaman yang positif akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, sedangkan pengalaman negatif dapat menurunkan reputasi klinik (Purwati et al., 2022). Kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh harga. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan dapat menarik lebih banyak konsumen. Namun, harga yang terlalu tinggi tanpa peningkatan kualitas yang sepadan dapat menyebabkan ketidakpuasan (Santoso, 2019). Di era digital ini, media sosial dan ulasan online juga memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Ulasan positif dari pelanggan yang puas dapat menarik konsumen baru, sedangkan ulasan negatif dapat menghambat pertumbuhan bisnis (Caniago et al., 2019). Oleh karena itu, klinik kecantikan perlu menjaga reputasi mereka di dunia maya dengan memberikan pelayanan terbaik dan responsif terhadap keluhan konsumen.

Dengan memahami berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, Beautyfy Clinic dapat merancang strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka. Pendekatan holistik yang melibatkan peningkatan kompetensi karyawan, inovasi produk, pengelolaan pengalaman pelanggan, penentuan harga yang tepat, serta manajemen reputasi online akan membantu klinik ini tetap kompetitif dan terus berkembang. Selain itu, penelitian lebih lanjut dan evaluasi rutin terhadap kinerja klinik juga penting untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan tetap relevan dan efektif dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Beautyfy Clinic Bandar Lampung cabang Kaliawi dan Sukabumi, dengan jumlah konsumen cabang Kaliawi sebanyak 1390 orang selama bulan April hingga September, dan rata-rata konsumen 230 orang per bulan. Sedangkan di cabang Sukabumi, jumlah konsumen sebanyak 965 orang dengan rata-rata 161 orang per bulan. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin yang dibulatkan menjadi 100 responden, dengan teknik probability sampling yang memberikan peluang yang sama bagi tiap-tiap populasi untuk menjadi sampel (Jaya, 2020). Analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan mendeskripsikan semua data dari variabel penelitian dalam bentuk distribusi frekuensi, serta analisis regresi linier berganda melalui SPSS statistik versi 2.2 untuk menginterpretasikan hasil penelitian.

HASIL

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis dari variabel yang digunakan:

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

	t_{hitung}	Signifikansi
Kompetensi karyawan (x1)	3,272	0,001
Kualitas produk (x2)	4,129	0,000

Tabel 1 menunjukkan hasil pengujian hipotesis untuk variabel kompetensi karyawan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic. Pada variabel kompetensi karyawan, nilai t hitung sebesar 3,272 dengan nilai signifikansi 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa kompetensi karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,984) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Pada variabel kualitas produk, nilai t hitung adalah 4,129 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 mendukung kesimpulan ini. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa baik kompetensi karyawan maupun kualitas produk secara individu memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji-f

F_{hitung}	Signifikansi
40,311	0,000

Tabel 2 menunjukkan hasil perhitungan uji F untuk menilai pengaruh bersama antara kompetensi karyawan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic. Nilai F hitung yang diperoleh adalah 40,311 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai F hitung sebesar 40,311 yang lebih besar dari nilai F tabel (3,09) mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini secara signifikan menjelaskan variasi dalam kepuasan konsumen. Selain itu, nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh bersama antara kompetensi karyawan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah sangat signifikan. Hasil uji F ini menegaskan bahwa kedua variabel independen, yaitu kompetensi karyawan dan kualitas produk, secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic.

Pengaruh Kompetensi Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh kompetensi karyawan terhadap kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic sangat signifikan. Kompetensi karyawan tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam menjalankan prosedur kecantikan, tetapi juga keterampilan interpersonal yang penting dalam memberikan pengalaman pelanggan yang positif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kompetensi karyawan memiliki nilai t hitung sebesar 3,272 dengan nilai signifikansi 0,001. Hal ini menandakan bahwa kompetensi karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin tinggi kompetensi karyawan dalam hal teknis dan interpersonal, semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang dirasakan. Karyawan yang terampil dan ramah dapat membuat konsumen merasa dihargai dan nyaman, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka secara keseluruhan. Peningkatan kompetensi karyawan melalui pelatihan dan pengembangan berkelanjutan sangat penting untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic. Penelitian yang dilakukan oleh Hanum et al. (2023) secara fokus berfokus membahas pengaruh kompetensi kerja terhadap kinerja karyawan, yang selaras dengan dampak kompetensi karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini menyoroti hubungan yang signifikan antara kompetensi kerja dan kinerja karyawan, memberikan wawasan yang berharga tentang pentingnya kompetensi dalam mendorong hasil. Referensi tersebut menekankan pentingnya kompetensi kerja dalam meningkatkan kinerja, yang dapat

diekstrapolasi untuk memahami dampaknya terhadap kepuasan pelanggan di Beautyfy Clinic.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic terbukti signifikan. Kualitas produk yang ditawarkan mencakup berbagai aspek penting, termasuk efektivitas, keamanan, keawetan, dan keandalan. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,129 dengan nilai signifikansi 0,000, yang mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, produk yang efektif dalam memberikan hasil yang diinginkan, aman digunakan, tahan lama, dan andal, akan meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas produk yang tinggi memenuhi ekspektasi konsumen dan bahkan dapat melampauinya, sehingga mendorong loyalitas dan kepuasan yang lebih besar. Referensi yang mendukung tugas menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic adalah penelitian yang dilakukan oleh Chinna dkk. (2022). Penelitian ini mengeksplorasi dampak dari kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap loyalitas konsumen, yang selaras dengan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Dengan menyelidiki bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi loyalitas pelanggan, wawasan yang berharga dapat diperoleh tentang pentingnya kualitas produk dalam mendorong kepuasan pelanggan di Beautyfy Clinic. Oleh karena itu, Beautyfy Clinic perlu terus memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan memenuhi standar kualitas yang tinggi untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan mereka.

Pengaruh Bersama Kompetensi Karyawan dan Kualitas Produk

Pengaruh bersama antara kompetensi karyawan dan kualitas produk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic. Uji F yang dilakukan menunjukkan nilai F hitung sebesar 40,311 dengan signifikansi 0,000, yang mengindikasikan bahwa kombinasi kedua variabel tersebut memiliki dampak yang sangat signifikan. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini terbukti efektif dalam menjelaskan variasi dalam kepuasan konsumen, menegaskan bahwa baik kompetensi karyawan maupun kualitas produk secara simultan berperan penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan. Kombinasi dari keterampilan teknis dan interpersonal karyawan, bersama dengan produk berkualitas tinggi, menghasilkan pengalaman pelanggan yang memuaskan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas konsumen dan mendukung pertumbuhan bisnis. Keberhasilan model ini menyoroti pentingnya pendekatan holistik dalam mengelola aspek-aspek kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Studi kasus yang dilakukan oleh Wijaya dkk. (2023) memberikan wawasan yang relevan tentang pengaruh layanan penjual/pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Referensi ini mengeksplorasi bagaimana layanan penjual/pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan, menawarkan perspektif yang berharga tentang keterkaitan variabel-variabel ini dalam mendorong kepuasan pelanggan. Memahami bagaimana kualitas layanan berdampak pada kepuasan pelanggan dapat memberikan pandangan yang komprehensif tentang pentingnya hal tersebut di Beautyfy Clinic.

Implikasi Temuan Penelitian

Implikasi temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Beautyfy Clinic harus fokus pada peningkatan pelatihan dan pengembangan kompetensi karyawan serta perbaikan berkelanjutan pada kualitas produk untuk mempertinggi kepuasan konsumen. Dengan meningkatkan keterampilan teknis dan interpersonal karyawan, klinik dapat menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan, sementara perbaikan kualitas produk akan memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Strategi holistik yang mencakup kedua aspek ini secara bersamaan sangat penting untuk mencapai kepuasan dan loyalitas konsumen yang lebih tinggi. Dengan menerapkan pendekatan yang terintegrasi dalam peningkatan kompetensi karyawan dan kualitas produk, Beautyfy Clinic tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat posisi kompetitifnya di pasar,

mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis yang lebih baik. Dalam mengeksplorasi pengaruh gabungan dari kompetensi karyawan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Beautyfy Clinic terdapat beberapa temuan penelitian yang relevan. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Tunjungsari (2022) menginvestigasi dampak dari pengalaman merek pada loyalitas merek dengan mediasi kepuasan. Meskipun fokusnya adalah pada loyalitas merek, mediasi kepuasan selaras dengan konsep kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kompetensi karyawan dan kualitas produk. Selanjutnya, penelitian oleh Wardhana (2023) menyoroti antesenden kepuasan konsumen melalui kualitas layanan elektronik. Meskipun konteksnya berbeda, pemahaman tentang bagaimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan memberikan wawasan yang berharga tentang keterkaitan variabel-variabel yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian Riswan dkk. (2022) mengeksplorasi pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Meskipun konteksnya berbeda, namun wawasan tentang dampak inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan perspektif yang berharga dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Sebagai kesimpulan, referensi oleh Pratama dan Tunjungsari (Pratama & Tunjungsari, 2022), (Wardhana, 2023), dan Riswan dkk. (2022) memberikan wawasan yang berharga tentang implikasi kompetensi karyawan, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan mengkaji penelitian-penelitian ini, pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana faktor-faktor ini secara kolektif berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan di Beautyfy Clinic dapat dicapai.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen mencakup beberapa elemen kunci, seperti kualitas pelayanan, kompetensi karyawan, dan kualitas produk, yang memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan. Kualitas pelayanan yang baik, yang meliputi interaksi yang ramah dan profesional, serta responsif terhadap kebutuhan pelanggan, berkontribusi langsung pada pengalaman positif konsumen. Kompetensi karyawan, termasuk keterampilan teknis dan interpersonal, memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi standar yang diharapkan, sementara kualitas produk yang baik menjamin bahwa hasil akhir sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Selain faktor-faktor internal ini, faktor eksternal seperti tren ekonomi dan sosial juga berperan penting. Perubahan dalam kondisi ekonomi dapat memengaruhi daya beli konsumen, sedangkan tren sosial dapat memengaruhi preferensi dan harapan mereka terhadap layanan dan produk. Oleh karena itu, pemahaman menyeluruh tentang semua faktor ini sangat penting bagi Beautyfy Clinic untuk mengelola kepuasan konsumen secara efektif dan beradaptasi dengan dinamika pasar.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Beautyfy Clinic sangat dipengaruhi oleh kompetensi karyawan dan kualitas produk. Kompetensi karyawan, baik dari segi keterampilan teknis maupun interpersonal, memiliki dampak signifikan pada kepuasan konsumen, seperti ditunjukkan oleh nilai t hitung 3,272 dan signifikansi 0,001. Selain itu, kualitas produk yang mencakup efektivitas, keamanan, keawetan, dan keandalan, juga berkontribusi secara signifikan, dengan nilai t hitung 4,129 dan signifikansi 0,000. Pengaruh kombinasi dari kedua faktor ini sangat besar, dengan nilai F hitung 40,311 dan signifikansi 0,000, menegaskan bahwa keduanya bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Oleh karena itu, Beautyfy Clinic perlu meningkatkan pelatihan karyawan dan kualitas produk secara bersamaan untuk memperbaiki kepuasan konsumen. Faktor internal dan eksternal, seperti kualitas pelayanan dan tren ekonomi, juga harus dipertimbangkan untuk mengelola kepuasan konsumen dengan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Caniago, C., Siregar, R., Julyanthry, J., & Pakpahan, G. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan brand image sebagai variabel moderating pada toko sinar bintang photo pematangsiantar. *Sultanist Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 21-31. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i2.151>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). 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), 211-224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Chinna, D., Soegoto, A., & Djemly, W. (2022). Analisis kualitas produk, citra merek, dan harga pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada produk wardah kosmetik di kota manado. *Jurnal Emba Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 295. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40909>
- Farid, R. (2023). Pengaruh lingkungan kerja dan kompetensi terhadap kinerja karyawan pada klinik kecantikan di kota batam dimediasi oleh motivasi. *Ekombis Sains Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis*, 8(2), 146-160. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v8i2.2377>
- Hanum, Q., Ali, S., & Fadlillah, A. (2023). Pengaruh kompetensi kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pt telkom akses jakarta utara. *Inkubis Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 110-122. <https://doi.org/10.59261/inkubis.v3i2.33>
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the jordanian banking sector. *Sustainability*, 11(4), 1113. <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Pratama, Y. and Tunjungsari, H. (2022). Pengaruh pengalaman merek pada loyalitas merek produk merchandise klub sepak bola bali united dengan mediasi kepuasan dan ketidakpastian. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 224. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.18436>
- Purwati, M., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty dengan e-satisfaction sebagai variabel intervening (studi pada pengguna e-commerce bukalapak). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 310-320. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34754>
- Rahman, M., Akbar, A. A., & Anwari, M. S. (2022). Evaluasi efektivitas pengolahan air limbah pada instalasi pengolahan air limbah klinik kecantikan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(4), 841-849. <https://doi.org/10.14710/jil.20.4.841-849>
- Riswan, M., Waloejo, H., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pengguna smartphone merek iphone apple di kota semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 272-280. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34635>
- Santoso, J. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127-146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Triannah, Lilik. Dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D'besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). *Jurnal Stei Ekonomi*. Vol 26, No. 01.
- Wardhana, A. (2023). The antesenden kepuasan konsumen melalui kualitas layanan elektronik pada pembelian online urban consumer di dki jakarta. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1395-1401. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.49664>
- Wijaya, S., Bhawika, G., & Nareswari, N. (2023). Pengaruh online shopping experiences, seller/customer service, external incentives, security and privacy terhadap customer satisfaction pada beauty e-commerce: studi kasus pengguna sociolla di surabaya. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 11(3). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v11i3.83359>