

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK MS GLOW (STUDI PADA KONSUMEN MS GLOW AESTHETIC CLINIC MEDAN)

Elsinta Alvionika Sitepu, Nicholas Marpaung

Universitas Sumatera Utara, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

sitepuelsintaal@gmail.com, nicholas.usu@gmail.com

Abstrak

Received: 01 Juni 2022

Revised : 10 Juli 2022

Accepted: 28 Juli 2022

Latar Belakang : Seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi, kebutuhan manusia yang pada dasarnya terdiri dari tiga kebutuhan dasar yakni sandang, pangan dan papan dewasa ini semakin meningkat. Terkait dengan hal tersebut, orang tidak lagi hanya memikirkan dan mencukupi kebutuhan akan makanan, pakaian dan perumahan.

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada klinik MS Glow (Studi pada konsumen MS Glow Aesthetuc Clinic Medan).

Metode : Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Hasil : Hasil penelitian menggunakan uji signifikan parsial (uji t) menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan thitung>tabel ($2,674 > 1,661$) dan nilai signifikansi $<0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Kesimpulan : Kesimpulannya, Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Klinik MS Glow terhadap konsumen MS Glow Aesthetic Clinic Medan berpengaruh secara signifikan dalam memberikan hasil yang positif serta memuaskan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; MS Glow Aesthetic Clinic

Abstract

Background: Along with the development of the times and technology, human needs, which basically consist of three basic needs, namely clothing, food and housing, are increasing today. Related to this, people no longer only think about and meet the needs of food, clothing and housing.

Objectives: This study aims to determine and analyze the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at MS Glow clinic (Study on MS Glow Aesthetuc Clinic Medan consumers).

Methods: The types of data used in this study are primary data and secondary data.

Results: The results of the study using a partial significant test (t test) showed that the quality of service had a positive

and partial significant effect on customer satisfaction >table (2,674 > 1,661) and a significance value of <0.05 (0.000 < 0.05).

Conclusion: *In conclusion, the quality of service provided by MS Glow Clinic to ms Glow Aesthetic Clinic Medan consumers has a significant effect in providing positive and satisfactory results.*

Keywords: *Quality of Service; Customer Satisfaction; MS Glow Aesthetic Clinic*

*Correspondent Author : Elsinta Alvionika Sitepu
Email : sitepuelsinta@gmail.com



PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi pada era globalisasi saat ini sudah semakin pesat, untuk menjalankan sebuah bisnis bukan lagi hal sulit, terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan yang didirikan, tetapi bukan berarti akan mudah untuk dapat mempertahankan atau meningkatkan perusahaan tersebut tanpa adanya strategi bisnis yang tepat, terutama bagi perusahaan yang baru berdiri. Salah satu bisnis yang paling banyak diminati oleh para pebisnis adalah bisnis jasa. Perkembangan masyarakat serta aktivitas masyarakat yang tinggi terutama di wilayah perkotaan, menyebabkan para pelaku bisnis memanfaatkan peluang tersebut dengan mendirikan berbagai macam bisnis baru sebagai alternatif bagi para konsumennya. Salah satu yang menjadi trend khususnya dikalangan wanita, yaitu berkembangnya klinik-klinik kecantikan yang menawarkan berbagai macam perawatan, baik untuk jasa perawatan maupun produk perawatan kecantikan kulit. Semakin banyaknya perusahaan dalam bidang perawatan kecantikan kulit, membuat pelanggan lebih teliti dalam memilih perusahaan yang memang benar-benar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka, dengan begitu perusahaan dalam bidang perawatan kecantikan kulit harus lebih dahulu melakukan survei tentang perawatan yang seperti apa yang memang diinginkan pelanggan saat ini, sehingga mereka dapat memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Apabila mereka tidak bisa memberikan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan banyak mengeluh tentang pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

Tidak hanya bagi kaum wanita para pria juga mengikuti perkembangan perawatan kecantikan kulit, dapat dilihat dari banyaknya Pria maupun wanita juga dituntut untuk dapat menjaga penampilannya terutama dari segi kebersihan wajah dan tubuh. Tidak hanya materi saja yang mereka cari, melainkan juga kepuasan dalam kecantikan dan kesehatan. Situasi seperti ini akan mendorong berbagai perusahaan yang bergerak dibidang beauty and personal care akan terus memberikan inovasi untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas yang dicari oleh pelanggan dan alat kecantikan yang canggih,tempat yang strategis, nyaman dapat menunjang keberhasilan klinik kecantikan tersebut ([Nastiti, 2014](#)). Klinik kecantikan adalah sebuah tempat yang menyediakan jasa pelayanan untuk perawatan wajah dan kulit yang dibutuhkan pelanggan. Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Klinik MS Glow Aesthetic Clinic Medan. MS Glow berdiri pada tahun 2013 yang merupakan singkatan dari Magic For Skin. Berawal Dari Penjualan Produk MS Glow Skincare dan Body Care secara online dan telah memperoleh kepercayaan dari jutaan customer sehingga terus melakukan pengembangan produk. Kini MS GLOW telah berkembang menjadi skincare, bodycare dan cosmetic dan memiliki agen dan member resmi di seluruh Indonesia bahkan sudah merambah mancanegara. Tidak hanya sampai disitu, demi Kepuasan dan kepercayaan konsumen pihak MS Glow pun mendirikan Klinik Kecantikan Pada Tahun

2017 dan sudah memiliki cabang yang tesebar dibeberapa kota di Indonesia, salah satunya yaitu di medan yaitu MS Glow Aesthetic Clinic Medan yang beroperasi pada tahun 2020. MS Glow, salah satu brand kosmetik yang belum terlalu lama memasuki pasar produk kecantikan di Indonesia.

MS Glow Aesthetic Clinic mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya baik dari segi produk maupun segi pelayanannya. Agar dapat bersaing ditengah persaingan para pelaku bisnis harus bisa mengetahui apa yang menjadi kebutuhan para pelanggannya guna mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Salah satu untuk memenangkan persaingan yaitu dengan melakukan pelayanan yang baik kepada pelanggannya agar merasa puas Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Pelayanan yang baik juga merupakan kunci penting dalam kesuksesan suatu bisnis atau perusahaan, pelayanan yang ditawarkan MS Glow meliputi pelayanan konsultasi dokter di sini kamu akan ditangani oleh ahlinya sehingga apapun permasalahan kulitmu akan mendapat solusi yang tepat. Klinik kecantikan juga menawarkan perawatan lanjutan yang bisa dilakukan dirumah agar hasilnya lebih maksimal. Perawatan itu berupa produk skincare yang dapat digunakan setiap hari. Skincare yang ada di MS Glow Aesthetic juga dapat di gunakan bukan hanya wanita remaja dan dewasa saja tetapi anak-anak juga disediakan skincare yang dinamakan MS Kids dan juga Pria MS Glow For Men. Inilah yang membedakan klinik MS Glow dengan klinik kecantikan lain di kelasnya. Oleh sebab itu perlu diketahui kualitas pelayanan yang dimiliki oleh "MS Glow" skincare dan juga treatment yang ditawarkan dapat dijadikan sebagai suatu keunggulan dalam terciptanya kepuasan konsumen. Melihat pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dengan adanya penelitian ini akan dapat diketahui kualitas pelayanan mana yang merupakan penunjang kepuasan konsumen yang utama pada MS Glow Aesthetic Clinic Medan, Jl. Babura Lama No.2, Darat, Medan. Berdasarkan latar belakang pemikiran dan keinginan untuk mengetahui lebih lanjut masalah tersebut, maka penyusun tertarik untuk meneliti dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik MS Glow (Studi pada Ms Glow Aesthetic Clinic Medan)". Tujuan yang diharapkan dapat tercapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik MS Glow (Studi pada konsumen Ms Glow Aesthetic Clinic Medan).

A. Pemasaran Jasa

(Syah, Lupiyoadi, & Tjiptadi, 2016) jasa merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. (Andharini, Nurjannah, & Kadharpa, 2016) menjelaskan bahwa jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh suatu pikah kepada pihak lain. Menurut (Tiwari, Wee, & Daryanto, 2018) menjelaskan bahwa pemasaran jasa adalah mengenai janji-janji, janji-janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Kerangka kerja strategis diketahui sebagai service triangle yang memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun customer relationship. Sedangkan menurut (Syah et al., 2016) menyatakan bahwa pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain.

Berdasarkan definisi para ahli diatas dapat diketahui bahwa pemasaran jasa adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan perusahaan, berupa produk tidak berwujud, yang tidak dapat dirasakan manfaatnya sebelum pelanggan membelinya. Pemasaran jasa menjadi salah satu faktor yang menjanjikan bagi perusahaan karena dewasa ini pelanggan tidak lagi hanya menginginkan sebatas pada fungsi suatu produk tetapi produk tersebut harus memiliki nilai tambah atau lebih. Pemasaran jasa yang dikelola dengan baik dan mengedepankan kepuasan konsumen tentu menjadi nilai yang dapat dijual perusahaan.

B. Kualitas Pelayanan

(Atmaja & Utami, 2018) menyatakan bahwa, "Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan." (Philip Kotler & Keller, 2019), kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Definisinya menekankan pada fokus pelanggan. (Philip Kotler & Keller, 2012) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan definisi dari pelayanan itu sendiri Menurut (Rusydi, Adnan, Sutan, & Bachri, 2021) Pelayanan (service) adalah "Suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang atau orang lain, terhadap kita yang membentuk suatu keterikatan hak dan kewajiban masing-masing pihak"

Pengertian pelayanan di sini lebih kepada upaya aktif kelompok pemberi pelayanan di dalam rangka memberikan pelayanan maksimal terhadap konsumen. Menurut (Imawan, n.d.) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan (Roharto & Kasmir, 2017). (Rusydi et al., 2021) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan. Para pelanggan yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga mereka yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

C. Kepuasan Pelanggan

(Khoirista, 2015) menerangkan bahwa kepuasan adalah faktor penentu kesuksesan dan kelangsungan bisnis. Semakin banyak pelanggan setia yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut akan sukses dan bertahan lama. Menurut (Kottler & Keller, 2014) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. (Kotler dalam Alma 2007:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan Kesimpulan yang dapat diambil dari definisi-definisi di atas adalah bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan hasil dari (Philip dan Keller Kotler, 2007) kinerja yang dirasakan. Kepuasan pelanggan inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia. Dengan demikian kunci keberhasilan perusahaan sebenarnya sangat tergantung kepada suksesnya perusahaan dalam memuaskan kebutuhan pelanggannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berupa penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif (Sugiyono, 2009) adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variable atau lebih. Pendekatan kuantitatif menurut (Sugiyono, 2009) adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan

secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan secara online melalui Google form. Dikarenakan ada nya peraturan pemerintah pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat oleh sebab maka penelitian ini dilakukan secara online.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan perawatan di MS Glow Aesthetic Clinic selama dua kali/lebih. Menurut Purba dalam ([Sujarweni, 2015](#)) apabila populasi dalam suatu penelitian jumlahnya tidak diketahui dengan pasti, maka untuk pengambilan ukuran sampel penelitian ditentukan dengan rumus Rao Purba ,yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$
$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$
$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z= Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian (95% = 1,96) Moe = Margin of error (kesalahan maksimal yang bias ditolerir sebesar 10%)

Maka, berdasarkan rumus diatas dapat diambil sampel dari populasi sebanyak 96,04 responden, namun karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah perhitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 97 responden. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Pertimbangan dalam penelitian ini adalah responden yang diminta untuk mengisi kuesioner harus memenuhi kriteria, yaitu: Responden merupakan Konsumen MS Glow Aesthetic Clinic Medan yang sudah menggunakan jasa lebih dari 2 kali. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik survey yang menggunakan data pertanyaan (kuesioner) yang akan disampaikan langsung kepada responden. Kuesioner diberikan kepada para konsumen atau pun pelanggan MS Glow Aesthetic Clinic Medan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, skripsi, dokumen-dokumen, media internet dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 1
Uji Parsial (Uji T)

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|-----------------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | | | |
| (Constant) | 25,214 | 3,132 | | 8,050 | ,000 |
| Kualitas Pelayanan | ,137 | ,051 | ,265 | 2,674 | ,009 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengelolahan Data (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien dari kualitas pelayanan adalah 0,137 yakni memiliki nilai thitung>tabel (2,674 >1,661) dan nilai signifikansi <0,05 (0,000<0,05). Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan, demikian sebaliknya.

Tabel 2
Uji Koefisien Determinasi (R2)

| Model | R | R Square | Model Summary ^b | |
|-------|-------------------|----------|----------------------------|----------------------------|
| | | | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,265 ^a | ,070 | ,060 | 3,49829 |

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
 - b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
- Sumber: Hasil Pengelolahan Data (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,265 (26,5%), dimana nilai koefisien korelasi menunjukkan hubungan antara variabel kualitas pelayanan(X) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan(Y). Nilai koefisien determinasi atau nilai R square menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan sebesar 70% dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 30% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif yang terdiri dari variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini. Total responden penelitian ini berjumlah 97responden, dari keseluruhan responden terbagi atas 36% laki-laki dan 12,4% perempuan 87,6%. Responden didominasi oleh rentang usia 21 sampai 25 tahun dengan kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan umumnya adalah pelajar/mahasiswa. Pada penelitian ini variabel kualitas pelayanan diteliti menggunakan 5 indikator yakni tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy. Pada variabel kepuasan pelanggan diteliti menggunakan 3 indikator yakni Kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan Kesediaan merekomendasikan. Hasil olah data yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan MS Glow Aesthetic Clinic Medan secara berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dilihat dari keseluruhan jawaban responden terhadap masing-masing indikator dari variabel kualitas pelayanan menghasilkan jawaban yang positif. Dimana dalam setiap indikator yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy dapat dinyatakan berpengaruh dan memberikan kualitas pelayanan yang baik serta memuaskan. Berdasarkan uji-t, variabel Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung (2,674) dengan nilai signifikan (0,009) < (0,05). Ini artinya jika variabel Kualitas Pelayanan ditingkatkan maka variabel kepuasan Pelanggan meningkat. Berdasarkan kriteria hipotesis, jika nilai t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan MS Glow Aesthetic Clinic Medan Hasil ini sejalan dengan penelitian ([Arisio, Sasongko, & Agustim, 2020](#)) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel Toyota Auto 2000 Gatot Subroto Medan)”. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana yang telah dilakukan apabila kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan ikut meningkat sebesar 0,265. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R2) kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 70%. Sedangkan sisanya sebesar 30% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Melihat besarnya pengaruh kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang perlu diberi perhatian khusus oleh para pebisnis dalam memberikan kepuasan pada pelanggan. Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran perusahaan. Hal ini seiring dengan pernyataan Susanto ([Arisio et al., 2020](#)) bahwa pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, ini akan menyebabkan

penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Dengan demikian kunci keberhasilan perusahaan sebenarnya sangat tergantung kepada suksesnya perusahaan dalam memuaskan kebutuhan pelanggannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada MS Glow Aesthetic Clinic Medan, dapat ditarik kesimpulan yaitu kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Klinik MS Glow terhadap konsumen MS Glow Aesthetic Clinic Medan berpengaruh secara signifikan dalam memberikan hasil yang positif serta memuaskan. Pada hasil tersebut menunjukkan bahwa pada Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 70%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variable Kepuasan Pelanggan, jika dilihat secara menyeluruh variable Kualitas Pelayanan termasuk kedalam kategori yang cukup tinggi dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan konsumen MS Glow Aesthetic Clinic Medan Sedangkan sisanya 30% dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Dimana dalam variabel x dan y seluruh indikatornya memberikan pengaruh yang positif.

Bagi MS Glow Aesthetic Clinic Medan diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya. Dikarenakan, kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang tidak terpisah dengan kepuasan konsumen karena besar kecilnya nilai signifikan kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pelayanan. Konsumen akan merasa puas jika para karyawan dan para dokter tanggap dalam melayani segala keluhan dan kebutuhan konsumen serta tempat dan layanan fasilitas yang memadai karena dengan kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan nilai maksimal dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, sehingga akan meningkatkan jumlah konsumen untuk datang kembali. Bagi peneliti selanjutnya bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat terus mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini, diantaranya seperti promosi, kualitas produk dan harga produk sehingga dapat mengukur kepuasan pelanggan secara lebih mendalam.

BIBLIOGRAFI

- Andharini, Sri Nastiti, Nurjannah, Dewi, & Kadharpa, Eka. (2016). Komunikasi Pemasaran Jasa Pada Pendidikan Tinggi di Malang. *Research Report*, 585–591. [Google Scholar](#)
- Arisio, Jeni, Sasongko, T., & Agustim, Warter. (2020). *Pengaruh Peningkatan Kualitas Pelayanan Hotel Apple Green Kota Batu Terhadap Kepuasan Konsumen*. FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIBHUVANA TUNGGADEWI. [Google Scholar](#)
- Atmaja, Ni Putu Cempaka Dharmadewi, & Utami, Ni Made Satya. (2018). Servqual Gap and Comparative Analysis of Service Quality Perception: Determination Framework and Critical Factors for Submission of Service Quality in the Public Health Center (Puskesmas) in Sukawati District, Gianyar Region, Bali-Indonesia. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 9(11), 21127–21137. [Google Scholar](#)
- Imawan, Bram. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DON PABLO ABON MIX*. [Google Scholar](#)

- Khoirista, Afrinda. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada pelanggan FedEx Express Surabaya)*. Universitas Brawijaya. [Google Scholar](#)
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks. [Google Scholar](#)
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2012). Manajemen Pemasaran. terjemahan Benyamin Molan. *Jilid Satu, Cetakan Keduabelas, Penerbit: Prenhalindo, Jakarta*. [Google Scholar](#)
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Erlangga. [Google Scholar](#)
- Kottler, P. T., & Keller, Kevin Lane. (2014). *Marketing Management Edisi 14. Global Edition*. Pearson Prentice Hall. [Google Scholar](#)
- Nastiti, Sofie Dian. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Klinik Kecantikan “Nanisa Beauty & Dental Clinic” Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(3). [Google Scholar](#)
- Roharto, Titing, & Kasmir, K. (2017). Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), Lingkungan Kerja, dan Pelatihan terhadap Kinerja pada PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Jakarta (Studi Kasus pada Proyek Penggerukan Pembangunan Tpk Kalibaru). *Swot*, 7(1), 279583. [Google Scholar](#)
- Rusydi, Rusydi, Adnan, Adnan, Sutan, Sutan, & Bachri, Naufal. (2021). THE INFLUENCE OF ENVIRONMENT, E-WOM, AND FACILITIES ON TOURIST DECISIONS TO VISIT SAWUEK RIVER, NORTH ACEH, INDONESIA. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 1(2), 207–214. [Google Scholar](#)
- Sugiyono, Prof Dr. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D, Alfabeta. *Denzin, NK, & Lincoln, S. Yvonna*. [Google Scholar](#)
- Sujarwени, V. Wiratna. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. [Google Scholar](#)
- Syah, Donny Oktavian, Lupiyoadi, Rambat, & Tjiptadi, Adi Pramudita. (2016). Factors affecting the use of e-commerce in creative industries: Empirical evidences from SMES in Jabodetabek-Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(2), 143. [Google Scholar](#)
- Tiwari, Sunil, Wee, Hui Ming, & Daryanto, Yosef. (2018). Big data analytics in supply chain management between 2010 and 2016: Insights to industries. *Computers & Industrial Engineering*, 115, 319–330. [Google Scholar](#)