E-ISSN: 3031-8521
P-ISSN: 3032-1867
Halaman 3248-3257
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Akka Skin Solo

Diana Novita Sari[1], Muhammad Syihabuddin[2]

[1,2] Program Studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
e-mail: 22diananovita@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Akka Skin Solo dengan menitikberatkan pada daya tanggap, jaminan, dan empati dalam proses pelayanan. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 100 pelanggan yang memenuhi kriteria responden. Pengumpulan data memanfaatkan kuesioner daring, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan bantuan SPSS. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan setelah instrumen diperiksa melalui uji validitas dan reliabilitas serta model dievaluasi berdasarkan asumsi statistik. Hasil pengujian menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,896 dan nilai t sebesar 18,285 dengan signifikansi kurang dari 0,001. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi sebesar 0,773 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 77,3% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 22,7% sisanya belum dapat diterangkan melalui variabel penelitian. Hasil ini memberikan gambaran bahwa penilaian pelanggan terhadap pelayanan memiliki peranan penting dalam menjelaskan tingkat kepuasan mereka. Oleh sebab itu, pengelola Klinik Akka Skin Solo dapat memprioritaskan perbaikan pada ketepatan respons petugas, penyampaian informasi yang meyakinkan, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan secara individual.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Klinik Kecantikan, Akka Skin Solo.*

Abstract

This research investigates the influence of service quality on customer satisfaction at Akka Skin Clinic Solo, focusing on staff responsiveness, assurance, and empathy during service delivery. A quantitative survey was conducted involving 100 customers who met the research eligibility criteria. Responses were collected through an online questionnaire and subsequently processed using SPSS. Simple linear regression was

applied to assess the relationship between service quality and customer satisfaction. Prior to hypothesis testing, the research instruments were evaluated for validity and reliability, while the regression model was examined through statistical assumption tests. The analysis produced a regression coefficient of 0.896 and a t-statistic of 18.285, with a significance level below 0.001. These findings demonstrate a positive and statistically significant association between service quality and customer satisfaction. The coefficient of determination reached 0.773, indicating that the regression model accounted for 77.3% of the observed variation in customer satisfaction, while the remaining 22.7% was not explained by the model. The results suggest that customers' evaluations of service delivery play a substantial role in understanding their satisfaction levels. Accordingly, Akka Skin Clinic Solo may consider improving response efficiency, strengthening communication that builds customer confidence, and providing more individualized attention throughout the treatment experience.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Beauty Clinic, Akka Skin Solo.*

LATAR BELAKANG

Meningkatnya perhatian masyarakat terhadap penampilan dan kesehatan kulit turut mendorong perkembangan usaha di bidang perawatan kecantikan. Perubahan kebutuhan tersebut membuat pelanggan semakin mempertimbangkan berbagai aspek sebelum menentukan tempat perawatan. Pilihan pelanggan tidak lagi hanya didasarkan pada jenis tindakan atau produk yang ditawarkan, tetapi juga pada kenyamanan, kemudahan memperoleh informasi, dan pengalaman pelayanan. Kemajuan teknologi digital turut memudahkan masyarakat dalam membandingkan penyedia jasa melalui informasi daring maupun pengalaman yang dibagikan pelanggan lain. Situasi ini menuntut klinik kecantikan untuk terus memperhatikan mutu layanan agar mampu memenuhi kebutuhan pelanggan di tengah persaingan. Dalam konteks industri kecantikan, Badan POM (2024) juga menekankan pentingnya pengawasan mutu dan keamanan produk kosmetik yang beredar di masyarakat.

Pelayanan pada klinik kecantikan memiliki karakteristik yang berbeda dari kegiatan penjualan produk karena melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan petugas. Pengalaman pelanggan terbentuk melalui beberapa tahapan, mulai dari memperoleh informasi mengenai perawatan, melakukan pendaftaran, berkonsultasi, menjalani tindakan, hingga menerima arahan setelah perawatan selesai. Setiap tahapan tersebut dapat memengaruhi penilaian pelanggan terhadap klinik. Oleh karena itu, keberhasilan penyedia jasa kecantikan tidak cukup dinilai dari hasil tindakan perawatan, tetapi juga perlu mempertimbangkan bagaimana pelayanan diberikan selama pelanggan berada di klinik. Kualitas pelayanan merupakan salah satu konsep yang digunakan untuk memahami penilaian pelanggan terhadap jasa yang diterimanya. Parasuraman dkk. (1988) mengembangkan model SERVQUAL yang mencakup lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Penelitian ini memusatkan perhatian pada tiga dimensi, yakni daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Pemilihan ketiga dimensi tersebut berkaitan dengan pentingnya komunikasi, kepercayaan, dan

perhatian petugas dalam membentuk pengalaman pelanggan ketika menggunakan layanan perawatan kecantikan.

Daya tanggap menggambarkan kesiapan petugas dalam memberikan bantuan maupun menanggapi kebutuhan pelanggan. Pada pelayanan klinik kecantikan, aspek ini dapat terlihat dari ketepatan petugas memberikan informasi, kecepatan menjawab pertanyaan, serta kesediaan membantu pelanggan ketika menghadapi kesulitan. Pelanggan yang memperoleh respons secara tepat cenderung merasa lebih terbantu dalam memahami layanan yang akan diterima. Sebaliknya, keterlambatan pelayanan atau kurangnya kejelasan informasi berpotensi menimbulkan ketidaknyamanan selama proses perawatan.

Selain daya tanggap, jaminan pelayanan juga menjadi pertimbangan karena pelanggan membutuhkan rasa percaya terhadap kemampuan petugas yang menangani perawatan. Kepercayaan tersebut dapat terbentuk melalui pengetahuan petugas, ketepatan penyampaian informasi, dan sikap profesional ketika memberikan pelayanan. Pelanggan perlu memahami prosedur yang akan dijalani beserta informasi yang berkaitan dengan perawatan. Sementara itu, empati berkaitan dengan kemampuan petugas memahami kondisi dan kebutuhan setiap pelanggan. Perbedaan karakteristik kulit, tujuan perawatan, serta tingkat kenyamanan menyebabkan pelanggan memerlukan pendekatan pelayanan yang tidak selalu sama.

Penilaian pelanggan terhadap berbagai aspek pelayanan tersebut berkaitan dengan tingkat kepuasan setelah menggunakan jasa. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui perbandingan antara harapan sebelum menggunakan produk atau jasa dan kinerja yang dirasakan setelahnya. Dalam layanan kecantikan, harapan pelanggan dapat mencakup keramahan petugas, ketepatan prosedur, kenyamanan fasilitas, serta kejelasan informasi yang diberikan. Apabila pengalaman pelayanan sesuai dengan harapan, pelanggan memiliki dasar untuk memberikan penilaian yang positif terhadap penyedia jasa.

Kepuasan pelanggan juga memiliki arti penting bagi keberlangsungan hubungan antara perusahaan dan konsumennya. Penelitian Paramita dan Sudiksa (2018) membahas kepuasan sebagai variabel yang memediasi hubungan kualitas layanan dan citra perusahaan dengan loyalitas pelanggan. Sementara itu, Agung dkk. (2026) mengkaji peran kepuasan pelanggan dalam kaitannya dengan niat melakukan pembelian kembali. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa pembahasan mengenai kepuasan tidak terbatas pada penilaian sesaat setelah menggunakan jasa, tetapi juga berkaitan dengan hubungan pelanggan dan perusahaan dalam jangka panjang.

Perkembangan layanan kecantikan di Surakarta memberikan konteks tersendiri bagi pentingnya peningkatan kualitas pelayanan. Salah satu perkembangan yang diberitakan RRI (2026) adalah perubahan status Norma Aesthetic Clinic Solo menjadi klinik utama. Informasi tersebut memperlihatkan adanya upaya pengembangan kapasitas pelayanan pada salah satu penyedia jasa kecantikan di wilayah Solo. Dalam kondisi persaingan seperti ini, setiap klinik perlu mengevaluasi pengalaman yang diberikan kepada pelanggan agar pelayanan yang diselenggarakan tetap sesuai

dengan kebutuhan masyarakat.

Salah satu penyedia jasa kecantikan di Surakarta adalah Klinik Akka Skin Solo. Berdasarkan informasi pada situs resminya, Akka Skin telah menjalankan usaha perawatan kecantikan sejak 2013 dan menyediakan berbagai pilihan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan (AkkaSkin, 2024). Keberagaman layanan tersebut memberikan pilihan bagi pelanggan, tetapi sekaligus menuntut kemampuan petugas dalam menjelaskan prosedur dan memberikan pendampingan yang tepat. Dengan demikian, mutu interaksi antara pelanggan dan petugas menjadi aspek yang relevan untuk diperhatikan dalam pengelolaan pelayanan klinik.

Dalam konteks Klinik Akka Skin Solo, waktu tunggu, keramahan petugas, dan kejelasan informasi merupakan aspek yang menjadi perhatian dalam perumusan masalah penelitian. Pelanggan yang datang untuk memperoleh perawatan tentu memiliki harapan mengenai pelayanan yang akan diterima. Apabila proses pelayanan tidak berjalan sesuai harapan, pengalaman tersebut dapat memengaruhi penilaian pelanggan terhadap klinik. Namun, kondisi tersebut perlu ditelaah melalui data pelanggan agar dapat diketahui seberapa besar kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan mereka. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran empiris berdasarkan penilaian pelanggan yang pernah menggunakan layanan Klinik Akka Skin Solo.

Kajian mengenai hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah dilakukan pada berbagai usaha kecantikan. Hartatik dan Susanti (2022) meneliti kepuasan konsumen Klinik Ella Skin Care dengan mempertimbangkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Penelitian Indrawati dkk. (2023) di Challista Beauty Salon Kota Malang turut mengkaji kualitas pelayanan bersama pengalaman pelanggan dan promosi. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kepuasan pada usaha kecantikan dapat dipelajari melalui sejumlah faktor yang berkaitan dengan produk maupun proses penyampaian jasa.

Penelitian Gulo dan Hersusetiyati (2023) pada Gaudentia Beauty Centre Bandung menunjukkan adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien determinasi sebesar 51,9%. Hasil berbeda dari segi besarnya kemampuan penjelasan model dilaporkan oleh Sanjaya dkk. (2024) pada Klinik Docwir Aesthetic & Slimming, dengan koefisien determinasi mencapai 84%. Perbedaan angka tersebut menunjukkan bahwa kontribusi statistik kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tidak selalu sama pada setiap objek penelitian. Karakteristik pelanggan, lingkungan pelayanan, dan indikator yang digunakan perlu diperhatikan ketika membandingkan hasil antarpenelitian.

Pembahasan mengenai kepuasan pelanggan juga berkembang melalui penggunaan variabel dan pendekatan analisis yang lebih beragam. Dewi dan Praswati (2024) mengkaji peran kepercayaan pelanggan dalam hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan. Muslim dkk. (2025) menempatkan pelayanan dan kualitas produk sebagai faktor yang diteliti pada Davina Aesthetic Clinic. Adapun Poniman dkk. (2026) menggunakan pendekatan SERVQUAL dan Importance Performance Analysis untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan loyalitas konsumen Klinik

Larissa. Keberagaman penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang sesuai dengan karakteristik dan tujuan penelitian.

Berbeda dari penelitian yang menggabungkan beberapa variabel independen, penelitian ini secara khusus menempatkan kualitas pelayanan sebagai satu variabel bebas untuk menjelaskan kepuasan pelanggan. Pengukuran kualitas pelayanan difokuskan pada daya tanggap, jaminan, dan empati dengan mengambil pelanggan Klinik Akka Skin Solo sebagai responden. Fokus tersebut memberikan ruang untuk mengetahui kemampuan kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan pada objek penelitian yang berbeda dari studi sebelumnya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Akka Skin Solo. Hasil penelitian diharapkan memberikan informasi empiris yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi pelayanan, khususnya pada aspek respons petugas, jaminan pelayanan, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Selain memberikan manfaat praktis bagi pengelolaan klinik, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kajian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam bidang jasa perawatan kecantikan.

METODE

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Akka Skin Solo. Pendekatan tersebut dipilih karena penilaian responden dapat dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisis untuk mengetahui hubungan antarvariabel. Creswell dan Creswell (2023) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif memungkinkan peneliti melakukan pengukuran terhadap variabel serta menguji hubungan berdasarkan data numerik. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan melibatkan pelanggan yang memiliki pengalaman menggunakan layanan perawatan di klinik.

Populasi penelitian mencakup pelanggan yang pernah memperoleh pelayanan di Klinik Akka Skin Solo. Mengingat jumlah keseluruhan pelanggan tidak diketahui secara pasti, pemilihan sampel menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik ini memungkinkan peneliti menentukan responden berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2023). Kriteria responden meliputi pelanggan berusia sekurang-kurangnya 17 tahun, pernah menjalani perawatan minimal satu kali, serta bersedia memberikan tanggapan melalui kuesioner penelitian.

Penentuan jumlah sampel mempertimbangkan perbandingan antara banyaknya indikator dan jumlah responden. Mengacu pada pedoman Hair dkk. (2023), kebutuhan sampel dihitung menggunakan rasio sepuluh responden untuk setiap indikator. Dengan enam indikator penelitian, jumlah minimum yang diperoleh adalah 60 responden. Penelitian ini menggunakan 100 responden sehingga jumlah sampel yang terkumpul telah melampaui batas minimum berdasarkan pedoman tersebut.

Informasi utama penelitian diperoleh dari kuesioner yang dibagikan secara daring menggunakan Google Forms. Setiap pernyataan disusun untuk

menggambarkan penilaian pelanggan terhadap variabel yang diteliti. Selain data primer, peneliti menggunakan buku dan artikel ilmiah sebagai referensi dalam menyusun kerangka teori serta memberikan dasar pembahasan terhadap hasil analisis. Penelitian melibatkan dua variabel, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y).

Pengukuran kualitas pelayanan mengacu pada konsep SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk. (1988), dengan pembatasan pada tiga dimensi, yaitu responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Ketiga dimensi tersebut digunakan untuk menilai bagaimana pelanggan merasakan kecepatan respons petugas, kemampuan pelayanan dalam membangun kepercayaan, serta perhatian yang diberikan sesuai kebutuhan individu. Sementara itu, kepuasan pelanggan diukur berdasarkan konsep Kotler dan Keller (2016), yang menekankan kesesuaian antara harapan pelanggan dan pengalaman setelah menerima pelayanan.

Tanggapan responden diukur menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban. Skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju, sedangkan skor 5 menunjukkan sangat setuju. Jawaban yang terkumpul kemudian diubah menjadi data numerik untuk keperluan pengolahan statistik. Sebelum pengujian hubungan antarvariabel dilakukan, instrumen terlebih dahulu dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa pernyataan yang digunakan memenuhi persyaratan pengukuran. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Tahapan analisis diawali dengan pemeriksaan asumsi regresi melalui uji normalitas Kolmogorov–Smirnov dan uji heteroskedastisitas Glejser. Setelah itu, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan persamaan berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Dalam persamaan tersebut, Y menunjukkan kepuasan pelanggan, X merupakan kualitas pelayanan, a adalah konstanta, b menyatakan koefisien regresi, dan e menggambarkan komponen galat. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui proporsi variasi kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dalam model penelitian (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 100 pelanggan Klinik Akka Skin Solo yang telah memenuhi persyaratan sebagai responden. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, perempuan menjadi kelompok terbanyak dengan persentase 78%. Sementara itu, responden berusia 26–35 tahun merupakan kelompok usia terbesar, yaitu 31% dari keseluruhan sampel. Jika dilihat dari pengalaman menggunakan layanan klinik, sebanyak 54% responden telah melakukan kunjungan lebih dari lima kali. Komposisi tersebut memperlihatkan bahwa sebagian besar responden sudah memiliki pengalaman berulang dalam menerima pelayanan sehingga dapat memberikan penilaian berdasarkan interaksi yang pernah mereka alami.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diperiksa untuk mengetahui kelayakannya. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh 12 butir pernyataan dinyatakan memenuhi kriteria pengujian. Pemeriksaan reliabilitas selanjutnya menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,887 pada variabel kualitas pelayanan dan 0,899 pada variabel kepuasan pelanggan. Kedua nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik sehingga dapat digunakan dalam analisis penelitian.

Tahap berikutnya adalah pengujian asumsi regresi. Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Karena nilai tersebut melampaui batas 0,05, tidak ditemukan bukti statistik yang cukup untuk menyatakan bahwa residual menyimpang dari distribusi normal. Pada pengujian heteroskedastisitas melalui metode Glejser, diperoleh signifikansi 0,098. Nilai yang lebih besar dari 0,05 tersebut menunjukkan bahwa pengujian tidak menemukan indikasi heteroskedastisitas yang signifikan. Dengan demikian, hasil kedua pengujian tidak menunjukkan pelanggaran terhadap asumsi yang diperiksa.

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
(Constant)	2,278	1,231		1,850	0,067
Kualitas Pelayanan (X)	0,896	0,049	0,879	18,285	0,000

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS (2026).

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, model regresi yang diperoleh dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 2{,}278 + 0{,}896X + e$$

Nilai konstanta sebesar 2,278 menggambarkan prediksi skor kepuasan pelanggan ketika kualitas pelayanan bernilai nol secara matematis. Adapun koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,896 menunjukkan arah hubungan positif. Artinya, peningkatan satu satuan skor kualitas pelayanan berkaitan dengan kenaikan prediksi kepuasan pelanggan sebesar 0,896 satuan berdasarkan model yang digunakan.

Pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 18,285 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Nilai tersebut berada di bawah batas signifikansi 0,05 sehingga hipotesis nol ditolak. Dengan demikian, hasil penelitian memberikan dukungan statistik terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Akka Skin Solo.

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Ringkasan hasil pengujian ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,879	0,773	0,771	2,138

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS (2026)

Nilai *R Square* sebesar 0,773 menunjukkan bahwa 77,3% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dalam model regresi yang digunakan. Sementara itu, sebesar 22,7% variasi lainnya belum dapat dijelaskan oleh model penelitian. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kemampuan penjelasan yang cukup besar terhadap perbedaan tingkat kepuasan pelanggan pada sampel yang diteliti.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Akka Skin Solo, dengan nilai t sebesar 18,285 dan signifikansi kurang dari 0,001. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Berdasarkan konsep *SERVQUAL* dari Parasuraman dkk. (1988), daya tanggap, jaminan, dan empati merupakan aspek penting dalam membentuk pengalaman pelayanan. Hal ini sejalan dengan Kotler dan Keller (2016) yang menjelaskan bahwa kepuasan muncul ketika pengalaman pelanggan sesuai dengan harapannya.

Hasil tersebut mendukung penelitian Gulo dan Hersusetiyati (2023) serta Sanjaya dkk. (2024) yang menemukan pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan. Meskipun demikian, besarnya kontribusi pada setiap penelitian berbeda karena karakteristik responden dan objek yang diteliti tidak sama. Nilai koefisien determinasi sebesar 77,3% pada penelitian ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kemampuan yang besar dalam menjelaskan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Klinik Akka Skin Solo perlu memperhatikan kecepatan respons petugas, kejelasan informasi, dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

SIMPULAN

Hasil penelitian terhadap 100 pelanggan Klinik Akka Skin Solo menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini didukung oleh koefisien regresi sebesar 0,896, nilai t sebesar 18,285, dan signifikansi kurang dari 0,001. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,773 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan 77,3% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 22,7% sisanya berada di luar model penelitian. Oleh karena itu, klinik perlu meningkatkan ketanggapan petugas, jaminan pelayanan, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Penelitian selanjutnya disarankan mempertimbangkan faktor lain, seperti harga, fasilitas, dan kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

Agung, A. A., Suryawardana, E., Ariefiantoro, T., & Riyadi, A. T. (2026). Peran

Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 24(1), 1-24.

AkkaSkin. (2024). *About Us Akka Skin Solo*. Akkaskin.com. https://akkaskin.com/about/

AkkaSkin. (2024). *Welcome to Akka Skin*. Akka Skin. https://akkaskin.com/ AkkaSkin. (2024). *Beauty Treatment & Skin Care Akka Skin Solo*.

AkkaSkin.com. https://akkaskin.com/beauty-treatment-skin-care/

Badan POM. (2024). *Laporan Tahunan 2024*. pom.go.id. https://www.pom.go.id/storage/sakip/Laporan%20Tahunan%20Direktorat%20Pengawasan%20Kosmetik%20Tahun%202024.pdf

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *RESEARCH DESIGN Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.

Dewi, M. K., & Praswati, A. N. (2024). The Mediating Role of Customer Trust in the Effect of Service Quality and Customer Perceived Value on Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1). https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2396

Ghozali, P. H. I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan*

Gulo, M., & Hersusetiyati. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Gaudentia Beauty Centre Bandung. *Jurnal Dimmensi*, 3(2), 78-84.

Hartatik, & Susanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Klinik Kecantikan Ella Skin Care.

Indrawati, T., Nurfarida, I. N., & Puspitosari, A. A. (2023). Pengaruh Customer Experience, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Challista Beauty Salon di Kota Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 11(2). https://doi.org/10.21067/jrmm.v11i2.10656

Joseph F. Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2023).

Jurnal Akuntansi dan Bisnis, 8(1), 44-56. https://doi.org/10.47686/jab.v8i1.524

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management15E*. Pearson India Education Services Pvt. Ltd.

Multivariate Data Analysis. Pearson Prentice Hall.

Muslim, A., Dirwan, & Sofyan, I. R. (2025). Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Davina Aesthetic Clinic. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*, 14(3), 337-347.

Paramita, K. D. H., & Sudiksa, I. B. (2018). Kepuasan Memediasi Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan Lion Air di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen*, 07(06), 3059-3085.

Parasuraman, A. P., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64. https://doi.org/10.5281/zenodo.14579730

Poniman, Fadillah, R. A., & Syahrir, I. (2026). Determinasi ServQual-IPA Loyalitas Konsumen Klinik Larissa. *Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*, 9(2), 38-49. https://doi.org/10.30737/jatiunik.v9i2.7041

Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

RRI. (2026). *Norma Aesthetic Clinic Solo Naik Kelas Jadi Klinik Utama*.

RRI.co.id. https://rri.co.id/surakarta/kesehatan/2597714/norma-aesthetic-clinic-solo-naik-kelas-jadi-klinik-utama

Sanjaya, I., Wahyudi, D., & Zuhrofi, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Docwir Aesthetic & Slimming Kelapa Gading. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3, 362-370.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.