



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Madira Skin & Beauty Care Mojokerep**

Oleh:

Yunika Aldiaz Putri Kistantia	(2112010068)
Dr. Samari, S.E, M.M	(0712026201)
Sigit Wisnu Setya B.,M.M	(0720108202)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep*
2. Ketua
 - a. Nama Lengkap : Yunika Aldiaz Putri Kistantia
 - b. NPM : 2112010068
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Ds. Kapas, Kec.Kunjang, Kab.Kediri
 - e. Telp./HP : 0857-3041-9047/0858-1225-2759
 - f. Email : yunikaaldiaz@gmail.com
3. Jangka waktu penelitian : 3 bulan
4. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 30 Juni 2025

Ketua,



Yunika Aldiaz Putri Kistantia
NPM. 2112010068

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Johari, M.Si.
NIDN/0715078102

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan karunia rahmat serta nikmat-Nya sehingga penulis bisa menuntaskan Laporan Akhir dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep*". Dengan proses yang lancar dan baik sholawat serta salam terucap kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW. Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis mendapat dukungan semua pihak. Maka dari itu, penulis ucapkan terimakasih sebanyak banyaknya kepada.

1. **Dr. Zainal Afandi, M.Pd** selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas didalam menempuh pendidikan dikampus ini.
2. **Dr. Amin Tohari, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendukung proses akademik berlangsung.
3. **Ibu Restin Meilina, M.M** selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis didalam menyelesaikan studi ini.
4. **Dr. Samari, S.E, M.M dan Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M** selaku Dosen Pembimbing di Universitas Nusatara PGRI Kediri yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dengan sabar serta memberikan masukan yang berharga dalam penyusunan laporan penelitian ini.
5. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan kepada kedua orangtua saya yaitu Bapak Kismanto dan Ibu Tri Wahyu Indra Wati yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam hidup saya. Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus, dukungan yang tanpa syarat, semangat yang terus mengalir serta arahan yang bijaksana di setiap langkah perjalanan saya. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan kalian saya tidak akan mampu sampai

pada titik ini. Segala pencapaian ini adalah hasil dari doa dan cinta kalian yang tulus. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan pengorbanan kalian dengan keberkahan yang tiada henti.

6. Dengan penuh rasa cinta, hormat, dan terima kasih yang tak terhingga saya ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada kakek dan nenek saya tercinta. Sejak kecil kakek dan nenek telah menjadi sosok pengganti orang tua saya yang karena tuntutan pekerjaan tidak dapat merawat saya secara langsung. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan umur panjang bagi kakek dan nenek, agar saya bisa terus berbakti dan membalas segala kebaikan yang telah kalian curahkan untuk saya sejak kecil.
7. Kepada dua sahabat terbaik saya yaitu Nisaul Usna dan Sela Noviana yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup dan pendidikan saya. Terima kasih atas setiap semangat yang kalian berikan atas tawa yang menemani di tengah kepenatan dan atas dukungan tanpa henti di setiap proses. Kalian bukan hanya teman berbagi tugas atau diskusi tetapi juga tempat saya bersandar dan bertumbuh.
8. Saya juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh teman-teman Prodi Manajemen Angkatan 2021 khususnya kelas B yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini sejak awal semester hingga saat ini. Terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan kerja sama yang telah terjalin selama lebih dari tiga tahun ini. Semoga setiap dari kita sukses di jalan masing-masing dan persahabatan ini tetap terjaga meski waktu terus berjalan.
9. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada semua orang terdekat yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu namun telah memberikan semangat, dukungan, serta motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Kehadiran dan perhatian kalian sekecil apa pun itu sangat berarti dan turut menjadi bagian penting dalam proses ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini
10. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada PUBG Mobile yaitu game yang telah menjadi pelarian sekaligus hiburan di tengah penatnya tugas kuliah

dan skripsi. Di saat kepala penuh dengan teori dan data, PUBG Mobile hadir sebagai tempat healing, seru-seruan, bahkan jadi ajang bonding bersama teman-teman. Terima kasih sudah menemani hari-hari penuh tekanan dengan keseruan chicken dinner, push rank, dan momen kocak tak terlupakan. Meski pun hanya sebuah game, kehadiranmu punya peran penting dalam menjaga kewarasan selama masa-masa penuh perjuangan ini

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini belum sempurna. Maka dari itu, penulis mengharap kritikan serta saran untuk kesempurnaan karya ilmiah kedepannya.

Kediri, 30 Juni 2025



Yunika Aldiaz Putri Kistantia

RINGKASAN

Persaingan yang semakin ketat pada dunia industri kecantikan menuntut pada setiap klinik kecantikan untuk mampu memahami faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator yang penting untuk menilai suatu keberhasilan usaha dibidang jasa termasuk pada industri klinik kecantikan. Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis terkait pengaruh antara kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial atau individu maupun simultan atau bersama-sama. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan angket atau kuisioner sebagai alat pengumpulan data paling penting digunakan. Populasi pada penelitian ini tidak terhingga atau infinite sehingga menggunakan metode *nonprobability sampling* lalu untuk pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 40 responden. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan, promosi dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Kajian teoritis dari penelitian ini ialah pada fokus kajian yang belum banyak dibahas dalam suatu penelitian mengenai pemasaran pada klinik kecantikan yang dimana pada penelitian lain sering meneliti pada sektor ritel dan hospitality, selain itu penelitian ini dilakukan disitu lokasi yang belum pernah menjadi objek penelitian. Penelitian ini berharap agar *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep* untuk lebih meningkatkan pelayanannya, lalu mengoptimalkan promosi melalui media sosial dan memastikan pemilihan lokasi yang nyaman serta dengan mudah diakses guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saingnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI.....	5
A. Kepuasan Pelanggan	5
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	5
2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	6
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	7
4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	8
B. Kualitas Pelayanan	9
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
3. Indikator Kualitas Pelayanan	11
C. Promosi	11
1. Pengertian Promosi	11
2. Strategi Bauran Pemasaran	12
3. Indikator Promosi.....	14
D. Lokasi.....	14
1. Pengertian Lokasi.....	14
2. Faktor-Faktor Mempengaruhi Penetapan Lokasi Usaha.....	15
3. Indikator Lokasi	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
A. Deskripsi Metode Penelitian	17
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	17
C. Sasaran Penelitian	18
D. Instrumen Penelitian.....	19
1. Pengujian Validitas Instrumen	20
2. Pengujian Reliabilitas Instrumen	22
E. Prosedur Analisis Data	22
1. Uji Asumsi Klasik.....	23
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	24
3. Pengujian Hipotesis.....	24
4. Koefisien Determinasi R_2	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
A. Hasil Penelitian	26
1. Kriteria Responden.....	26
2. Uji Asumsi Klasik.....	28

3.	Analisis Linear Berganda.....	30
4.	Pengujian Hipotesis.....	31
5.	Koefisien Determinasi.....	33
B.	Pembahasan.....	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		36
A.	Kesimpulan	36
B.	Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA		39
LAMPIRAN.....		44

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pelanggan Pada <i>Madira Skin & Beauty Care Mojokerep</i>	2
Tabel 3. 1 Penelitian Skala Likert.....	19
Tabel 3. 2 Data Hasil Validitas Kualitas Pelayanan	20
Tabel 3. 3 Data Hasil Uji Validitas Promosi.....	20
Tabel 3. 4 Data Hasil Uji Validitas Lokasi	21
Tabel 3. 5 Data Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	21
Tabel 3. 6 Data Hasil Uji Reliabilitas	22
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	27
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	29
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Linear Berganda	30
Tabel 4. 6 Hasil Uji F	31
Tabel 4. 7 Hasil Uji T.....	32
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefesien Determinasi	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Grafik Analisis Normalitas	28
Gambar 4. 2 Hasil Tes Heteroskedastisitas.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ijin Penelitian	45
Lampiran 2: Surat Balasan/Keterangan Telah Melakukan Penelitian Dari Perusahaan.....	46
Lampiran 3: Instrumen Penelitian	47
Lampiran 4: Tabulasi Angket.....	53
Lampiran 5: Artikel Yang Dipublikasikan.....	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang memiliki tingkat pertumbuhan suatu ekonomi yang pesat dan populasi terbesar keempat di dunia telah menjadi pasar penting bagi bisnis dibidang kecantikan dan perawatan pribadi global. Saat ini, nilai pasar pada sektor ini telah mencapai sejumlah US\$7 miliar dan diproyeksikan akan terus mengalami pertumbuhan hingga mencapai US\$10 miliar ditahun 2027 dengan memiliki tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 10%. Menurut prediksi Bank Dunia, perekonomian Indonesia akan terus berkembang hingga tahun 2026 yang memiliki rata-rata pertumbuhan PDB sebesar 5,1% per tahun (*Industri Kecantikan Indonesia: Pasar Yang Sedang Berkembang Dengan Potensi Yang Sangat Besar*, 2024). Pada tahun 2024, pasar kecantikan dan perawatan pribadi di Indonesia diproyeksikan mendapat pendapatan sebesar US\$9,17 miliar dengan laju pertumbuhan tahunan yaitu sebesar 4,02% (CAGR 2024-2029). Segmen terbesar dalam pasar ini adalah Perawatan Pribadi yang diprediksi memiliki nilai pasar sebesar US\$3,88 miliar pada tahun tersebut. Secara global Amerika Serikat mencatat pendapatan tertinggi di pasar ini yaitu sebesar US\$100 miliar pada tahun 2024. Berdasarkan perhitungan populasi pendapatan per kapita yang dihasilkan dari pasar ini di Indonesia mencapai US\$32,79. Selain itu, penjualan daring diperkirakan akan berkontribusi sebesar 45,4% berdasarkan dengan keseluruhan pendapatan pasarkecantikan dan perawatan pribadi di Indonesia pada tahun yang sama (Statista, 2024).

Permasalahan dalam penelitian ini meliputi beberapa aspek yang memengaruhi minat dan kepuasan pelanggan di Madira Skin & Beauty Mojokerep. Promosi melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok

masih kurang menarik, sehingga belum mampu meningkatkan minat pelanggan secara signifikan. Meskipun kualitas pelayanan di klinik ini sudah baik dan terdapat fasilitas yang memadai namun semakin berkembangnya zaman banyak klinik kecantikan mulai menambah treatment atau layanan mereka yang dibutuhkan oleh pelanggan. Lokasi klinik memiliki kendala berupa akses jalan yang kurang memadai dikarenakan lokasi kurang strategis karena tidak berada di area jalan utama atau dekat dengan pusat kota. Hal ini menjadi kendala bagi pelanggan dikarenakan pelanggan cenderung memilih tempat dengan lokasi yang mudah dijangkau sehingga perlu sekali untuk memperhatikan pemilihan lokasi (Izzuddin & Muhsin, 2020). Permasalahan-permasalahan tersebut berpotensi menghambat pertumbuhan dan daya saing klinik di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin ketat

Tabel 1. 1 Pelanggan Pada *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep*

No.	Periode	Jumlah
1.	Januari	300
2.	Februari	346
3.	Maret	360
4.	April	349
5.	Mei	355
6.	Juni	360
7.	Juli	350
8.	Agustus	260
9.	September	325
10.	Oktober	347
11.	November	355

Data diolah: penulis 2024

Dari data diatas menunjukkan bahwa jumlah pelanggan pada *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep* dari bulan Januari hingga Maret 2024 bahwa adanya fluktuasi bertahap yaitu adanya kenaikan beserta penurunan yang cukup signifikan. Diperhatikan pada tiap bulan ditabel data jumlah pelanggan terbanyak terdapat pada bulan maret yaitu sebesar 360 pelanggan hal ini dipicu oleh sesuatu yakni dikarenakan adanya

banyak diskon mendekati Idul Fitri dan pelanggan paling sedikit pada bulan Agustus dengan jumlah 260 pelanggan, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas layanan, promosi, dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan jumlah pelanggan dapat dihubungkan langsung dengan tingkat kepuasan pelanggan. Suatu pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan tinggi memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan tersebut dan akan memberikan rekomendasi kepada pihak lainnya. Hal ini menciptakan efek positif berkelanjutan dalam menarik lebih banyak pelanggan baru. Dengan adanya kepuasan pelanggan dapat menjadi bahan bandingan antara kinerja dan hasil perseptual dan ekspektasi, pelanggan yang puas adalah pelanggan yang harapannya terpenuhi (Mutiara & Rahmiati, 2024)

Kualitas pelayanan yang unggul sangatlah krusial didalam industri kecantikan sehingga para pelanggan akan menaruh minat pada pelayanan yang diberikan oleh klinik tersebut yang pada akhirnya pelanggan tersebut akan datang kembali (Nur et al., 2022). Banyaknya perusahaan disektor perawatan kulit menyebabkan pelanggan akan semakin selektif didalam memilih perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan mereka. Oleh karena itu, perusahaan di bidang jasa perawatan perlu terlebih dahulu melakukan survei untuk memahami jenis perawatan yang dibutuhkan oleh pelanggan saat ini. Dengan demikian suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan yang optimal. Jika perusahaan gagal memberikan pelayanan terbaik, maka kemungkinan besar pelanggan akan mengeluhkan kualitas layanan yang mereka terima (Nastiti & Budiadi, 2014). Kualitas pelayanan dijelaskan sebagai suatu pengecekan antara anggapan dalam layanan yang didapatkan oleh pelanggan dengan memperhatikan apakah layanan yang diberikan sudah benar-benar sesuai (Anggraini & Budiono, 2023).

Selanjutnya cara untuk meningkatkan kesadaran pada barang atau jaa yang ditawarkan promosi memiliki peran yang penting guna menarik

perhatian pelanggan. Namun, apabila strategi pemasaran tidak tepat maka suatu barang atau jasa mungkin gagal menarik minat pelanggan sehingga menghambat daya saing dipasar (Cahyo et al., 2024). *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep* melakukan promosi menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok dengan membuat konten atau pamflet yang menarik. Guna meningkatkan kepuasan pelanggan perlu untuk memperhatikan Pemilihan lokasi yang tepat dapat mendukung kenyamanan pelanggan dan meningkatkan kepuasan. Lokasi bisnis juga merupakan faktor penting yang memengaruhi semua layanan yang diberikan dan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan, semakin mudah dan nyaman bagi pelanggan untuk menikmati layanan yang ditawarkan (Hidayat, 2020).

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui secara mendalam mengenai pengaruh dari tiga faktor utama yaitu faktor kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan di *Madira Skin & Beauty Care* yang berlokasi di Mojokerep.

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep*
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari strategi promosi terhadap tingkat kepuasan pelanggan di *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep*
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari lokasi klinik kecantikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep*
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama-sama atau simultan mulai dari kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di *Madira Skin & Beauty Care Mojokerep*

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. B., Samari, & Sardanto, R. (2023). Analisis harga, lokasi, kualitas layanan terhadap kepuasan Pelanggan toko podomoro di desa jatirejo nganjuk 1),2),3). *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 1260–1268. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=x2CfQjwAAAAJ&citation_for_view=x2CfQjwAAAAJ:W7OEmFMy1HYC
- Anggraini, F. P., & Budiono, A. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 676–688. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2>
- Anjani, F. D., Susilo, D. K., & Ulfa, N. M. (2024). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan Pelanggan di klinik kecantikan Jember. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 12(2), 150. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v12i2.19819>
- Cahyo, M. S. E. N., Samari, & Sardanto, R. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pelanggan di Janji Jiwa Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 504–512. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4799>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis* (C. I. Gunawan (Ed.)). CV IRDH.
- Dandi, A., Meilina, R., & Bhirawa, S. W. S. (2024). PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO ADIN FE KEDIRI. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 565–574. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/5441>
- Fadila, S. N., & Zulistiani. (2024). The Influence Of Service Quality , Product Quality And Social Media Marketing On Sound System Customer Satisfaction (AR PRO Nganjuk Case Study). *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 2, 506–517.

- <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/kilisuci/article/view/4167/3219>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudarso, A., Purba, B., Sisca, D. L., Permadi, H. M. P. S. L. A., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (R. Watrianthos (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemem*, 17(2), 95–105. <file:///C:/Users/yunik/Downloads/34783-92719-1-PB.pdf>
- Hidayattullah, I., Fantasia, I. F., Munir, M., Imanuel, N. A., & Sirait, W. S. P. (2024). Bauran Pemasaran 7P Pada Restoran Cepat Saji KFC dan McD dalam Konteks Kepuasan Pelanggan Analysis of the 7Ps Marketing Mix in Fast Food Restaurants KFC and McDonald's in the Context of Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan Dan Bisnis (JIKABI)*, 3(1), 50–62. <https://doi.org/10.31289/jbi.v3i1.4112>
- Huda, Y. K., Samari, & Sadanto, R. (2022). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BARBERSHOP WISH HAIRSTUDIO DI KEDIRI*. 178–189. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=x2CfQjwAAAAJ&citation_for_view=x2CfQjwAAAAJ:2osOgNQ5qMEC
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press101.
- Industri Kecantikan Indonesia: Pasar yang sedang berkembang dengan potensi yang sangat besar*. (2024). East Ventures. <https://east.vc/id/berita/insights-id/industri-kecantikan-indonesia/>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>

- Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal Manager*, 5(1), 348–358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>
- Larasati, D. S. A. L., & Meilina, R. (2024). The Influence of Price, Service Quality and Promotion on Customer Satisfaction of Make Up Services at Elma Wedding Nganjuk. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 1, 245–255. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/kilisuci/article/view/4089>
- Marisca, R. P. R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada umkm “baksokuy.id” di kabupaten tulungagung 1),2),3). 3, 192–202. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=7gRQ59MAAAAJ&ccstart=20&pagesize=80&citation_for_view=7gRQ59MAAAAJ:mvPsJ3kp5DgC
- Mubasit. (2015). *KEWIRAUSAHAAN*. INSTITUT AGAMA ISLAM RADEN INTAN LAMPUNG.
- lokasi terhadap keputusan pembelian pada cv nagha asmara. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 170–179. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=x2CfQjwAAAAJ&citation_for_view=x2CfQjwAAAAJ:LkGwnXOMwfcC
- Muniarty, P., Verawaty, Hasan, S., Patimah, S., Hadmandho, T. C., Butarbutar, D. J. A., Prasasti, C., Ismail, Noor, A., Guntarayana, I., Fitriana, Sari, R. K., & Sihombing, C. M. (2022). *Manajemen Pemasaran* (M. Sari (Ed.)). PT. Global Eksekutif Teknologi. <https://id.scribd.com/document/629311000/Manajemen-Pemasaran>
- Murniati, M. P., Purnamasari, S. vena, R, S. D. A., C, A. A., Sihombing, R., & Warastuti, Y. (2014). *ALAT-ALAT PENGUJIAN HIPOTESIS*. UNIKA SOEGIJAPRANATA.
- Mutiara, S., & Rahmiati. (2024). A r z u. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Dasar*, 4, 915–928. <https://doi.org/10.58578/arzusin.v4i5.3750>

- Nastiti, S. D., & Budiadi, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Klinik Kecantikan “Nanisa Beauty & Dental Clinic” Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7. <https://doi.org/10.26740/jptn.v2n3.p%25p>
- Nur, L. Z., Prihartini, E., & S, R. A. (2022). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Klinik Kecantikan dr. Amalia Di Sumedang). *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 378–390. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v3i1.1852>
- Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, 10(2), 1–15. [http://repository.stei.ac.id/id/eprint/6451%0Ahttp://repository.stei.ac.id/6451/3/BAB 2.pdf](http://repository.stei.ac.id/id/eprint/6451%0Ahttp://repository.stei.ac.id/6451/3/BAB%202.pdf)
- Sari, N., Fauji, D. A. S., & Sardanto, R. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada cv. welong jaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 1(1). https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=L3igjAIAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=L3igjAIAAAAJ:abG-DnoFyZgC
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Ayup (Ed.); 1st ed.). Literasi Media.
- Sofianzah Handika dan Hakimah, E. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri Membeli.*, 471–476.
- Sonata, E. A. P., Ernestivita, G., & Bhirawa, S. W. S. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Krezmera. *Seminar Nasional Manajemen,*

- Ekonomi Dan Akuntansi*, 31–41.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3878>
- Statista, W. P. (2024). *Kecantikan & Perawatan Diri Indonesia*. Statista.
<https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/indonesia>
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTIAIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Sutopo (Ed.); 2nd ed.). ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. PUSTAKABARUPRESS.
- Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Astra Internasional tbk Honda Cabang Maros. *Jurnal Brand*, 2(1), 141. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand%0Ae-ISSN>
- Sustiyatik, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 10(2), 175. <https://doi.org/10.30649/japk.v10i2.84>
- Syahputra, Salean, F. J., Nurhayati, N., Suaryasa, I. G. N., Darmawan, E. D., Ningsih, F., Ratnawati, Anantadjaya, S. P., Merung, A. Y., Hina, H. B., Kurniawan, H., & Mbado, M. R. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis* (M. A. Wardana (Ed.)). Intelektual Manifes Media.
- Tjiptono, F. (2019). *STRATEGI PEMASARAN Prinsip & Penarapan* (A. Diana (Ed.)). Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4th ed.). Penerbit Andi.
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Wangsa, Nyoman, W., Rahanata, B., & Yasa, K. (2019). *Promosi Penjualan Untuk Membangun Elektronik Pengambilan Keputusan Pembelian*. 6(1).