

## Pengaruh Kualitas Produk *Skincare* Fenny Frans Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Palopo

Keshi Mutih Palma<sup>1</sup>, Hapid<sup>2</sup>, Altri Wahida<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Palopo

[keshimutihpalma@student.umpalopo.ac.id](mailto:keshimutihpalma@student.umpalopo.ac.id)<sup>1</sup>, [hapid.umpalopo@gmail.com](mailto:hapid.umpalopo@gmail.com)<sup>2</sup>  
[altri.wahida@umpalopo.ac.id](mailto:altri.wahida@umpalopo.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Product quality is a combination of features and characteristics. Determine how well the output can meet customer requirements, or evaluate how well the characteristics and properties meet their requirements. Product quality or quality is the main aspect that can attract customers. Customer satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment that occurs when the performance (or results) of a product are compared to expected performance. The purpose of this study was to determine the effect of product quality on customer satisfaction in the city of Palopo. This research was carried out in the city of Palopo. This type of research uses quantitative research with a sample of 30 respondents, while the method used in this research is a questionnaire survey. Questionnaires are used as a data collection tool, the data used in this study uses primary data. Analysis of the data used to test the validity, reliability, partial test. The results of this study indicate that the product quality variable has a positive value on the customer satisfaction variable. It can be said that the higher the perception of customer satisfaction, the higher the level of product quality received by customers.*

**Keywords:** *product quality; customer satisfaction.*

### ABSTRAK

Kualitas produk adalah kombinasi dari fitur dan karakteristik. Menentukan seberapa baik keluaran dapat memenuhi persyaratan persyaratan pelanggan, atau evaluasi seberapa baik karakteristik dan properti memenuhi persyaratan mereka. Kualitas atau mutu produk ialah aspek utama yang bisa menarik pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang terjadi ketika kinerja (atau hasil) suatu produk dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang ada dikota Palopo. Penelitian ini di laksanakan dikota Palopo. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan sampel 30 responden, adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey kuesioner. kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data, data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Analisis data yang di gunakan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji parsial. Hasil penelitian hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai nilai positif terhadap variabel kepuasan pelanggan, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi persepsi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula tingkat kualitas produk yang diterima pelanggan.

**Kata kunci :** *kualitas produk; kepuasan pelanggan.*

### PENDAHULUAN

Perkembangan industri kecantikan saat ini sangat pesat, penampilan menjadi hal yang sangat penting bagi sebagian orang. Tampil menarik dan menarik dibantu oleh berbagai hal seperti fashion dan kebersihan diri. Pelanggan merupakan

aset yang penting bagi perusahaan. Bersama dengan pelanggan perusahaan, dapat dengan mudah menentukan kebijakan terkait produksi tanpa khawatir produk tidak terjual. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian di mana pilihan yang dipilih memberikan setidaknya satu hasil yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan terjadi ketika hasil tidak memenuhi harapan juga bukan terbentuk secara sendirinya, Kesadaran Harga merupakan salah satu faktor dalam menciptakan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk.

Bisnis dibidang *skincare* menyediakan teknologi yang canggih sehingga dapat membentuk keyakinan pelanggan bahwa perawatan di *skin care* lebih bisa dipercaya dalam mendapatkan hasil yang optimal. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya maka pelanggan bersedia menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan, salah satunya melalui pembelian ulang.

Kualitas produk adalah kombinasi dari fitur dan karakteristik. Menentukan seberapa baik keluaran dapat memenuhi persyaratan persyaratan pelanggan, atau evaluasi seberapa baik karakteristik dan properti memenuhi persyaratan mereka. Kualitasnya adalah faktor pemuas kebutuhan yang tidak lepas dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing lain. Mutu produk merupakan aspek terpenting yang dapat membuat pelanggan membeli. Banyak distributor kecantikan yang mempresentasikan produknya berdasarkan penampilan. Produk berkualitas tinggi menginspirasi pelanggan dengan penampilan dan kemasannya. Produk merupakan salah satu aspek terpenting dari variabel pemasaran. Produk merupakan salah satu variabel penentu dalam operasional perusahaan karena tanpa produk perusahaan tidak dapat melakukan aktivitas apapun untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menurut Kotler (Roisah dan Riana, 2016), kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melakukan tugasnya, ini adalah keseluruhan daya tahan, keandalan, akurasi, pengoperasian dan perbaikan karakteristik produk lainnya.

Paket Cream FF Fenny Frans merupakan produk kosmetik (*skincare*) untuk perawatan semua jenis kulit wajah baik wanita maupun pria, yang terdiri dari empat jenis produk, yaitu krim siang, krim malam, sabun dan toner. Paket cream FF yang terdiri dari empat jenis produk, sudah terdaftar di BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan RI). Jadi kamu tidak perlu khawatir lagi karena produk ini sudah mendapat persetujuan izin edar. Sebelum mendapatkan persetujuan izin edar. Memang ada beberapa pihak mempertanyakan bahaya menggunakan Cream FF. Namun, tidak ada pelanggan produk *skincare* tersebut yang pernah mengalami keluhan selama menggunakan cream FF Fenny Frans, hingga mendapat persetujuan izin edar dari BPOM. Jadi sudah jelas Cream FF tidak berbahaya dan aman digunakan untuk semua jenis kulit baik wanita maupun pria. Menurut Tjiptono

(Kuspriyono, 2016), kualitas produk meliputi usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas meliputi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan. Kondisi kualitas terus berubah, misalnya yang di anggap kurang berkualitas di masa pendatang.

Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Wilkie, 1990) dalam Heppy (2015). Park dkk mempelajari kepuasan pelanggan ini. (2017) yang menunjukkan bahwa kesadaran harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian Kiefer dan Kelly (1995) yang menyatakan bahwa kesadaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Lee et al (2015) yang menunjukkan bahwa kesadaran harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Secara empiris, berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat keterkaitan antara variabel kesadaran harga dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang terjadi ketika kinerja (atau hasil) suatu produk dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan. Jika hasil yang dicapai pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan puas. Jika hasil yang diperoleh lebih lemah dari yang diharapkan, pelanggan tidak puas.

Permasalahan mengenai produk *skinCare* Fenny Frans di kota palopo yaitu adanya pelanggan yang tidak puas kecewa, pelanggan mengeluh kecewa atau tidak melakukan apa-apa (diam-diam) bahkan berhenti menjadi pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk *skincare* Fenny Frans terhadap kepuasan pelanggan yang ada di kota Palopo. Berdasarkan dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk *SkinCare* Fenny Frans Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Palopo".

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer sebagai sumber informasi karena jenis penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Survei mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner (Kinasih, 2020). Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diajukan secara langsung atau tidak langsung kepada responden. Kuesioner merupakan bagian penting dari penelitian, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk mengumpulkan informasi dari responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 30 responden, penelitian ini di lakukan di kota palopo. Analisis data yang di gunakan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji parsial. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Adapun definisi variabel X kualitas produk menurut (Hayati, 2022) Yaitu, kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menghasilkan hasil yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Dalam hal ini yang dimaksud variabel Y, kepuasan pelanggan, adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul ketika kinerja (atau hasil) produk dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian yaitu : Diduga produk skincare Fenny Frans berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dilihat dari sumber hasil penelitian terdahulu. Kemudian Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey kuesioner. Analisis data yang di gunakan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji parsial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Uji penelitian menggunakan instrumen data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas kemudian 30 responden untuk dianalisis validitas dan reliabilitasnya serta hasil dari analisis tersebut digunakan sebagai bahan dasar acuan dalam memperoleh data untuk analisis lebih lanjut, berdasarkan hasil olah data saya.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

VARIABEL	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
<b>KUALITAS PRODUK (X)</b>			
X.1	0,811	0,361	VALID
X.2	0,464	0,361	VALID
X.3	0,444	0,361	VALID
X.4	0,553	0,361	VALID
X.5	0,578	0,361	VALID
<b>KEPUASAN PELANGGAN (Y)</b>			
Y.1	0,601	0,361	VALID
Y.2	0,711	0,361	VALID
Y.3	0,475	0,361	VALID
Y.4	0,830	0,361	VALID
Y.5	0,844	0,361	VALID

Uji validitas pada variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan karena nilai R hitung lebih besar dari R tabel, sehingga dapat di nyatakan valid.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	10

Uji reliabilitas variabel kualitas produk dan variabel kepuasan pelanggan dapat dinyatakan reliabel karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel yang berarti variabel tersebut memiliki reliabilitas yang kuat atau semua instrumen dalam penelitian ini dikatakan dapat diandalkan.

Tabel 3  
Hasil Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,121	3,043		1,683	,103
TotalX1	,767	,138	,725	5,562	,000

a. Dependent Variable: TotalY1

Berdasarkan tabel diatas Uji T merupakan pengujian secara individual, pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel (Y). Uji T Nilai signifikan  $0,000 < 0,05 =$  signifikan,  $t$  hitung  $5,562 > t$  tabel  $2,048$  terdapat berpengaruh.

## PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian saya menyatakan, terhadap variabel (X) kualitas produk dan kepuasan pelanggan  $R$  hitung  $>$  dari pada  $R$  tabel, variabel kualitas produk, dan variabel kepuasan pelanggan dapat dinyatakan reliable karena nilai  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai nilai positif terhadap variabel kepuasan pelanggan, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi persepsi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula tingkat kualitas produk yang diterima pelanggan. Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang yang dimiliki 30 responden itu sendiri. Dalam penelitian ini karakteristik responden meliputi nama,usia,dan jenis kelamin (Kinasih,PA 2020).

Hasil penelitian dari (Razak, 2019) menunjukkan bahwa kualitas produk melalui peningkatan kinerja dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan, artinya kinerja yang mencerminkan pelanggan nyaman terhadap kualitas produk. Pelanggan, artinya kesesuaian yang mencerminkan kualitas produk berstandar mutu BPOM akan mendorong pelanggan tetap setia karena pelanggan puas menggunakan produk skincare Fenny Frans terpenuhi harapan karena manfaat menggunakan produk skincare Fenny Frans yang diharapkan sesuai yang diterima minat membeli ulang karena pelanggan mudah mendapatkan produk di toko-toko terjangkau. Kualitas produk yang baik untuk kepuasan pelanggan, karena dalam produk perawatan kulit dan perawatan rutin, baik wajah maupun kulit terkait dengan penggunaan rutin, sehingga pelanggan harus membeli produk tersebut secara rutin yang penting bagi pelanggan produk tersebut sesuai harapan menghasilkan wajah yang cantik dan kulit yang bersih, menjadi faktor utama bagi kepuasan pelanggan (Bilgies, 2017).

Pelanggan akan memberikan nilai tambah terhadap perkembangan bisnis terutama produk dalam perusahaan. Kualitas produk berarti kesesuaian produk dengan spesifikasi atau standar yang ditetapkan pelanggan, dalam hal ini harapan pelanggan. Ini bisa dalam bentuk proses dan bahan baku yang digunakan untuk

menghasilkan produk. Semakin tinggi kepatuhan kualitas dan keandalan yang ditawarkan produk, semakin tinggi kualitas produk tersebut. Apakah pelanggan puas dengan kualitas produk yang dikirimkan dievaluasi berdasarkan kinerja produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Penelitian Resty Avita Haryanto, yang menemukan bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Skincare Fenny Frans Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Palopo” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan skin care Fenny Frans. Efek ini menunjukkan bahwa produk perawatan kulit Fenny Frans jauh lebih berharga, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya semakin rendah kualitas produk yang dihasilkan, maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang kuat, positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa semakin banyak produk yang dijual dan semakin baik kualitas hasil produk yang diberikan kepada pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.
3. Kualitas produk skin care Fenny Frans termasuk salah satu kriteria yang baik. Artinya Fenny Frans Skincare memiliki kualitas produk yang baik dari segi bentuk Fenny Frans Skincare, fitur produk, performa, ketepatan atau kecocokan, daya tahan, kehandalan, kemudahan perbaikan dan gaya. Kepuasan pelanggan Fenny Frans Skincare termasuk dalam kriteria Baik. Dari hasil tanggapan tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum mereka memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang baik dalam hal memenuhi harapan, minat berkunjung dan kesiapan merekomendasikan produk Fenny Frans Skincare.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk SkinCare Fenny Frans di Kota Palopo dengan arah positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apa yang dirasakan oleh pelanggan membuat pelanggan menjadi loyal dan akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain atau saudara, tidak pindah ke produk skincare yang lain.
5. Kualitas produk merupakan hal terpenting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, baik secara individu maupun kolektif, artinya kualitas produk yang mencerminkan pemenuhan standar kualitas produk perawatan kulit Fenny Frans dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang mencerminkan pelanggan tetap setia, terpenuhi harapan.

## SARAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan kesimpulan, maka peneliti mengumpulkan saran yang dapat di jadikan masukan adalah sebagai berikut :

*SkinCare* Fenny Frans diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan karena mencerminkan kualitas produk yang bagus dan dapat digunakan untuk menarik pelanggan baru. Oleh karena, kualitas produk harus di perhatikan dengan cara mengecek produk-produk dalam melayani ataupun selalu bersikap profesional yaitu cepat dan tepat sehingga tidak terjadi kesalahan, tepat dan benar sesuai yang diharapkan oleh pelanggan. Dalam penelitian selanjutnya dapat dilakukan perluasan target responden, tidak hanya responden dalam kota palopo namun responden dari luar kota lainnya yang menggunakan produk skincare Fenny Frans sehingga data yang diperoleh dapat lebih. Kemudian pemilik toko juga harus terus mempertahankan kualitas produknya, harga yang sudah ditetapkan, dan meningkatkan kualitas produk agar dapat menumbuhkan rasa minat dan kepuasan terhadap pelanggan. Dan untuk meningkatkan kualitas produk, Fenny Frans *Skincare* membutuhkan lebih banyak iklan agar pelanggan selalu mengingat produk Fenny Frans *Skincare*. Selain itu, perusahaan juga harus rutin mengikuti event-event *sponsorship* yang berkaitan dengan industri kecantikan, agar nama Fenny Frans *Skincare* semakin dikenal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, I. K., & Sarpan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 284–291. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2377>
- Bilgies, A. F. (2017). Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 78–90. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i1.7>
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Dennisa, E. A., Santoso, S. B., & Manajemen, J. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Handayani, L. S., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Digital

- Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 135–145.
- Hayati, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Erha Skincare Di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3455–3458.
- Ii, B. A. B., & Teori, L. (2016). *Jurnal Teori Kualitas Produk* 3. 7–30.
- Kinasih, P. A. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Ella Skin Care (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/83042>
- Lestari, P. L., & Hermani, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong). *Adminitrasi Dan Bisnis*, 6(4), 11–20. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/17200/0>
- Maulina, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Berlian Beauty Clinic Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(3), 248. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i3.5926>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47. <https://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/749>
- Nilai, D. A. N., Terhadap, N., & Nasabah, L. (2011). *Pengaruh Customer Relationship Marketing*. 3(1), 59–75.
- Produk, P. K., Dan, K. L., Santoso, F. O., & Sitingjak, T. (n.d.). *HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SKINCARE DR 'S SECRET*. 1069–1079.
- Putri, M. A., & Hidayat, W. (2015). *PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING ( Studi Kasus Pada Konsumen Lipstik Sari Ayu Di Semarang ) Pendahuluan Persaingan antar pasar industri perawatan pribadi dan kosmetik semakin pesat*.
- Putri, M. A., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 211–219.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.

- Sari, N., Setiyowati, S., Sari, N., Setiyowati, S., Ekonomi, F., Informatika, I., Bisnis, D., Pagar, J. A., No, A., & Indonesia, B. L. (2017). *Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pb Swalayan Metro*. 03(02), 186–199.
- Vidananda, N. K. P., & Setiawan, P. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Perusahaan Di Larissa Aesthetic Center Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(4), 333. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i04.p02>
- Wardani, A. A. K. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ella Skin Care Cabang Kartasura*.