

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN MEMILIH LAYANAN JASA SALON CREAMBATH DI MARTUBUNG

Anggi De Cecillia Sidauruk¹, Nurhayati Tanjung², Irmiah Nurul Rangkuti³
anggidececillia@gmail.com¹, nurhayatitj@unimed.ac.id², irmiahnurul@unimed.ac.id³
Universitas Negeri Medan

Abstrak

Layanan jasa creambath merupakan salah satu perawatan favorit di Sari Salon dan D5 Salon Martubung, namun pihak salon masih perlu mengidentifikasi aspek layanan yang harus ditingkatkan guna menjaga loyalitas dan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan creambath pada kedua salon tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan sampel 30 responden (15 responden persalon) yang dipilih melalui teknik purposive sampling pada bulan Juni 2026. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert (1–5) berbasis Google Form berdasarkan lima dimensi kualitas layanan: kebersihan, kualitas layanan, profesionalisme staf, ketepatan waktu, dan ketersediaan produk, kemudian dianalisis menggunakan persentase dan distribusi frekuensi. Hasil penelitian menunjukkan konsumen Sari Salon merasa "Sangat Puas" pada seluruh indikator, dengan capaian tertinggi pada kebersihan (81,3%) dan kualitas layanan (78,3%). Sebaliknya, D5 Salon mencatat tingkat kepuasan lebih rendah, terutama pada profesionalisme staf (46,63%) dan ketersediaan produk (49,95%). Secara keseluruhan, konsumen di kedua salon merasa puas, namun Sari Salon secara konsisten unggul di semua aspek. Disarankan bagi D5 Salon untuk fokus meningkatkan pelatihan profesionalisme staf dan manajemen ketepatan waktu pelayanan.

Kata Kunci: Tingkat Kepuasan, Konsumen, Layanan, Jasa Salon, Creambath.

ABSTRACT

Creambath services are among the most popular treatments at Sari Salon and D5 Salon in Martubung; however, the salons still need to identify which service aspects require improvement to maintain customer loyalty and satisfaction. This study aims to analyze customer satisfaction levels regarding creambath services at both salons. A quantitative descriptive method was employed with a sample of 30 respondents (15 respondents per salon) selected via purposive sampling in June 2026. Data were collected using a Google Forms-based 5-point Likert scale questionnaire evaluating five service quality dimensions: cleanliness, service quality, staff professionalism, timeliness, and product availability, which were then analyzed using percentage and frequency distribution techniques. The results indicate that Sari Salon customers were "Very Satisfied" across all indicators, achieving the highest scores in cleanliness (81.3%) and service quality (78.3%). Conversely, D5 Salon recorded lower satisfaction levels, particularly in staff professionalism (46.63%) and product availability (49.95%). Overall, customers at both salons expressed satisfaction, though Sari Salon consistently outperformed D5 Salon across all dimensions. It is recommended that D5 Salon focus on enhancing staff professionalism training and service timeliness management.

Keywords: Customer Satisfaction, Consumer, Salon Services, Creambath.

PENDAHULUAN

Industri kecantikan di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan tubuh, penampilan, dan kebersihan diri telah mendorong meningkatnya permintaan terhadap berbagai layanan kecantikan, termasuk perawatan rambut di salon. Salon kecantikan tidak lagi dipandang hanya sebagai tempat mempercantik penampilan, tetapi juga sebagai penyedia layanan perawatan yang mampu memberikan kenyamanan, relaksasi, serta meningkatkan kepercayaan diri konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan

persaingan antar salon semakin ketat sehingga setiap pelaku usaha dituntut mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan berorientasi pada kepuasan konsumen.

Dalam industri jasa, kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator utama keberhasilan perusahaan. Konsumen yang memperoleh pengalaman pelayanan yang baik cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta membangun loyalitas terhadap perusahaan. Sebaliknya, pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan dapat menyebabkan konsumen beralih kepada penyedia jasa lain. Oleh karena itu, perusahaan jasa perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas pelayanan yang diberikan agar mampu mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan positif yang muncul setelah konsumen membandingkan harapan dengan kinerja pelayanan yang diterima (Wardhana, 2024). Apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, apabila pelayanan berada di bawah harapan, maka akan timbul ketidakpuasan. Dalam konteks industri salon, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai aspek pelayanan, seperti kondisi fasilitas, kenyamanan ruang pelayanan, kemampuan tenaga kerja, ketepatan waktu pelayanan, keramahan, serta ketersediaan produk yang digunakan selama proses perawatan.

Salah satu layanan yang memiliki permintaan tinggi pada salon kecantikan adalah creambath. Creambath merupakan perawatan rambut dan kulit kepala yang dilakukan menggunakan krim khusus disertai teknik pemijatan (massage) untuk membantu menutrisi rambut, meningkatkan sirkulasi darah pada kulit kepala, mengurangi kerontokan rambut, menjaga kelembapan rambut, serta memberikan efek relaksasi kepada konsumen. Selain memberikan manfaat kesehatan rambut, layanan ini juga menjadi salah satu sumber pendapatan utama bagi banyak salon kecantikan.

Sari Salon dan D5 Salon merupakan dua salon kecantikan yang berada di kawasan Martubung, Kota Medan, yang sama-sama menjadikan layanan creambath sebagai salah satu layanan unggulan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik kedua salon, diketahui bahwa setiap hari terdapat sekitar lima hingga delapan konsumen yang menggunakan layanan creambath, bahkan jumlah tersebut meningkat ketika salon memberikan program promosi. Tingginya minat masyarakat menunjukkan bahwa layanan creambath memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap keberlangsungan usaha salon. Namun demikian, pengelola kedua salon belum pernah melakukan pengukuran tingkat kepuasan konsumen secara sistematis. Penilaian terhadap kepuasan pelanggan selama ini hanya didasarkan pada tanggapan lisan sehingga belum mampu menggambarkan kualitas pelayanan secara objektif.

Kurangnya informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen menyebabkan pihak salon mengalami kesulitan dalam menentukan aspek pelayanan yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan. Padahal, evaluasi terhadap kepuasan pelanggan merupakan dasar penting dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan mutu pelayanan, mempertahankan pelanggan lama, serta meningkatkan daya saing usaha. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian yang mampu mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan indikator kualitas pelayanan sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai dasar evaluasi bagi pengelola salon.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Penelitian Callista (2026) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL memberikan pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan salon. Penelitian Akbar (2023) juga menemukan bahwa pelanggan merasa sangat puas terhadap aspek harga, sedangkan fasilitas dan pelayanan masih berada pada kategori cukup puas. Sementara itu, penelitian Fathoni dan

Jufriyanto (2022) menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan dan pelayanan yang diterima pelanggan sehingga diperlukan upaya peningkatan kualitas pelayanan. Meskipun demikian, penelitian mengenai kepuasan konsumen pada layanan creambath, khususnya pada salon berskala lokal di Kota Medan, masih relatif terbatas.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada analisis tingkat kepuasan konsumen secara komparatif terhadap layanan creambath pada dua salon kecantikan di Martubung dengan menggunakan indikator kualitas pelayanan yang disesuaikan dengan karakteristik layanan perawatan rambut, yaitu kebersihan salon, kualitas layanan, profesionalisme staf, ketepatan waktu pelayanan, dan ketersediaan produk. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai aspek pelayanan yang menjadi keunggulan maupun kelemahan masing-masing salon sehingga dapat dijadikan dasar dalam menyusun strategi peningkatan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan creambath pada Sari Salon dan D5 Salon di Martubung berdasarkan lima indikator kualitas pelayanan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu di bidang manajemen jasa, pendidikan tata rias, serta menjadi bahan evaluasi bagi pelaku industri salon dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran secara sistematis mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan jasa creambath pada Sari Salon dan D5 Salon di Martubung. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini menggunakan data berupa angka yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan indikator yang telah ditetapkan.

Penelitian dilaksanakan di Sari Salon yang berlokasi di Jalan Rawe Raya Simpang Pajak Martubung, Medan Labuhan dan D5 Salon yang berlokasi di Jalan Rawe Besar, Kecamatan Medan Labuhan, Kota Medan, Sumatera Utara. Pemilihan kedua salon didasarkan pada pertimbangan bahwa keduanya merupakan salon kecantikan yang menyediakan layanan creambath sebagai salah satu layanan unggulan dan memiliki jumlah konsumen yang relatif stabil. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 18–20 Juni 2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan layanan creambath di Sari Salon dan D5 Salon selama bulan Juni 2026. Jumlah populasi sebanyak 60 orang, yang terdiri atas 30 konsumen Sari Salon dan 30 konsumen D5 Salon.

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi: (1) konsumen yang pernah menggunakan layanan creambath di Sari Salon atau D5 Salon; (2) bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner secara lengkap; serta (3) melakukan perawatan creambath pada periode penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 30 responden, yang terdiri atas 15 konsumen Sari Salon dan 15 konsumen D5 Salon.

Objek penelitian adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan jasa creambath, sedangkan subjek penelitian adalah konsumen yang telah menggunakan layanan creambath di kedua salon tersebut. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen mengacu pada konsep Service Quality (SERVQUAL) yang dikembangkan menjadi lima indikator penelitian, yaitu kebersihan salon, kualitas layanan, profesionalisme staf, ketepatan waktu pelayanan, dan

ketersediaan produk. Kelima indikator tersebut digunakan untuk mengevaluasi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh masing-masing salon.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner serta didukung oleh hasil observasi dan wawancara dengan pemilik salon. Data sekunder diperoleh dari berbagai referensi, seperti buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, serta layanan creambath.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator kualitas pelayanan. Setiap indikator dijabarkan ke dalam beberapa butir pernyataan yang diukur menggunakan Skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skala tersebut digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang diterima selama melakukan perawatan creambath. Kuesioner telah divalidasi oleh satu orang ahli di bidang ilmu konsumen dan pelayanan prima sebelum digunakan. Data primer juga dilengkapi dengan metode dokumentasi terhadap catatan salon yang relevan. Rincian kisi-kisi instrumen disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Konsumen

Dimensi SERVQUAL	Indikator Utama	Jumlah Item
Kebersihan Salon	Kebersihan ruangan, area tunggu, alat, dan interior	5
Kualitas layanan	Respon staf, hasil sesuai harapan, minat kembali dan merekomendasikan	6
Profesionalisme Staf	Keramahan, penanganan keluhan, penjelasan prosedur an produk	6
Ketepatan Waktu	Waktu tunggu, kesesuaian jadwal, durasi pelayanan	4
Ketersediaan Produk	Ketersediaan, kualitas, dan varian produk	4
Total		25

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Observasi dilakukan untuk mengamati kondisi fisik salon, fasilitas, dan proses pelayanan. Wawancara dilakukan kepada pemilik salon untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, sistem pelayanan, dan karakteristik konsumen. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto kegiatan penelitian dan dokumen yang relevan. Sementara itu, kuesioner disebarakan kepada seluruh responden yang memenuhi kriteria sampel untuk memperoleh data mengenai tingkat kepuasan terhadap layanan creambath.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan menghitung frekuensi, persentase, dan nilai rata-rata pada setiap indikator kepuasan konsumen. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan diinterpretasikan untuk menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan creambath pada Sari Salon dan D5 Salon. Selanjutnya dilakukan perbandingan secara deskriptif antara kedua salon untuk mengidentifikasi indikator pelayanan yang telah memenuhi harapan konsumen maupun indikator yang masih memerlukan peningkatan kualitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap 30 responden menunjukkan bahwa rata-rata skor kepuasan konsumen Sari Salon sebesar 119,33 (SD = 7,14), dengan skor terendah 100 dan skor tertinggi 125, sedangkan rata-rata skor kepuasan konsumen D5 Salon sebesar 111,4

(SD = 9,68), dengan rentang skor yang sama. Perbandingan statistik deskriptif kedua salon disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Statistik Deskriptif Skor Kepuasan Konsumen

Kelompok Data	Sari Salon	D5 Salon
Jumlah sampel	15 orang	15 orang
Rata-rata skor	119,33	111,4
Skor tertinggi	125	125
Skor terendah	100	100
Standar deviasi	7,14	9,68
Jumlah item angket	25 Pertanyaan	25 Pertanyaan

Rekapitulasi persentase konsumen pada kategori “sangat puas” untuk setiap dimensi kualitas layanan di kedua salon disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Konsumen Kategori Sangat Puas per Dimensi

Dimensi Kepuasan	Sari Salon (Sangat Puas)	D5 Salon (Sangat Puas)
Ketepatan waktu	86,6%	54,97%
Kualitas layanan	82,18%	54,4%
Kebersihan salon	81,3%	50,62%
Profesionalisme staf	73,31%	46,63%
Ketersediaan produk layanan	73,3%	49,95%

Kebersihan Salon

Indikator kebersihan salon memperoleh tingkat kepuasan yang sangat tinggi pada kedua salon, meskipun Sari Salon menunjukkan persentase yang lebih besar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat memperhatikan kebersihan ruang pelayanan, peralatan kerja, perlengkapan salon, serta kenyamanan lingkungan selama menjalani perawatan creambath.

Dalam industri jasa kecantikan, bukti fisik (*tangibles*) merupakan dimensi pertama yang secara langsung dinilai oleh konsumen sebelum menerima pelayanan. Lingkungan salon yang bersih, rapi, nyaman, serta didukung oleh peralatan yang higienis mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Sebaliknya, kondisi fisik salon yang kurang terawat dapat menimbulkan persepsi negatif meskipun hasil pelayanan cukup baik.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian Sukmadin dan Alfatiyah (2022) yang menyatakan bahwa dimensi *tangible* merupakan salah satu aspek yang sangat memengaruhi kepuasan pelanggan pada industri salon. Kebersihan ruangan, kelengkapan fasilitas, serta kondisi peralatan yang higienis memberikan kesan profesional kepada pelanggan sehingga meningkatkan persepsi terhadap kualitas pelayanan. Oleh karena itu, pengelola salon perlu mempertahankan standar kebersihan secara konsisten untuk menciptakan pengalaman pelayanan yang positif.

Tingginya tingkat kepuasan pada indikator ini menunjukkan bahwa kedua salon telah menerapkan standar kebersihan yang baik. Namun demikian, persentase kepuasan Sari Salon yang lebih tinggi mengindikasikan bahwa kebersihan ruangan, tempat kerja, kursi perawatan, wastafel pencucian rambut, handuk, serta perlengkapan creambath lebih terjaga secara konsisten dibandingkan D5 Salon. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang meningkatkan rasa nyaman konsumen selama proses perawatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Callista (2026) yang menyatakan bahwa kondisi fisik salon merupakan salah satu aspek yang paling memengaruhi persepsi awal konsumen terhadap kualitas pelayanan. Salon yang memiliki lingkungan bersih dan nyaman cenderung memperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan salon dengan kondisi fisik yang kurang terawat.

Kualitas Layanan

Indikator kualitas layanan menunjukkan bahwa konsumen Sari Salon memberikan penilaian lebih tinggi dibandingkan konsumen D5 Salon. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh beautician di Sari Salon dinilai lebih mampu memenuhi harapan konsumen dalam proses perawatan creambath.

Kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan secara tepat, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pada layanan creambath, kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir perawatan rambut, tetapi juga oleh kemampuan petugas dalam memberikan konsultasi, melakukan proses massage, menggunakan produk secara tepat, serta memberikan perhatian kepada konsumen selama proses perawatan berlangsung.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dwipuspita, Taviprawati, dan Wicaksono (2025) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan salon dengan hubungan yang sangat kuat. Penelitian tersebut menegaskan bahwa pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan sesuai harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong minat pelanggan untuk kembali menggunakan jasa salon.

Persentase kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa konsumen merasa pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa prosedur pelayanan di Sari Salon telah dilaksanakan secara konsisten sehingga mampu memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik dibandingkan D5 Salon.

Temuan ini mendukung teori Tjiptono yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan pada industri jasa. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan profesional akan meningkatkan persepsi positif konsumen sehingga mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan.

Profesionalisme Staf

Profesionalisme staf juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, konsumen Sari Salon memberikan penilaian lebih tinggi dibandingkan konsumen D5 Salon. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan teknis, keramahan, kesopanan, komunikasi, serta penampilan staf di Sari Salon dinilai lebih baik.

Dalam teori SERVQUAL, profesionalisme termasuk dalam dimensi assurance, yaitu kemampuan penyedia jasa dalam memberikan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggan. Konsumen salon pada umumnya menyerahkan kondisi rambut dan kulit kepala kepada tenaga profesional sehingga mereka mengharapkan pelayanan yang dilakukan oleh staf yang kompeten, berpengalaman, dan mampu memberikan penjelasan mengenai proses perawatan.

Profesionalisme staf tidak hanya berkaitan dengan keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan berkomunikasi, memberikan konsultasi, serta menciptakan rasa aman kepada pelanggan. Penelitian Tirtayasa dan Elizabeth (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang meningkatkan kepuasan pelanggan pada salon kecantikan. Karyawan yang memiliki kompetensi dan sikap profesional mampu membangun kepercayaan pelanggan sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan terhadap layanan yang diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap ramah dan kemampuan komunikasi staf menjadi salah satu alasan utama konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diterima. Staf yang mampu memberikan informasi mengenai manfaat produk, proses perawatan, serta menjawab pertanyaan konsumen akan meningkatkan rasa percaya sehingga konsumen merasa lebih nyaman selama menjalani layanan creambath.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Akbar (2023) yang menyatakan bahwa kompetensi dan profesionalisme tenaga kerja salon memiliki hubungan yang positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Ketepatan Waktu Pelayanan

Ketepatan waktu pelayanan merupakan indikator yang memperoleh tingkat kepuasan tertinggi pada penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat menghargai pelayanan yang diberikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Ketepatan waktu merupakan bagian dari dimensi *responsiveness*, yaitu kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam layanan salon, konsumen umumnya telah memiliki jadwal aktivitas tertentu sehingga pelayanan yang selesai tepat waktu akan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Persentase kepuasan yang lebih tinggi pada Sari Salon menunjukkan bahwa proses pelayanan *creambath* dilakukan secara lebih efektif tanpa mengurangi kualitas hasil perawatan. Sebaliknya, meskipun D5 Salon juga memperoleh kategori puas, masih terdapat beberapa konsumen yang menilai waktu pelayanan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan.

Ketepatan waktu pelayanan mencerminkan kemampuan salon dalam merespons kebutuhan pelanggan secara cepat dan efisien. Agustina dkk. (2025) menjelaskan bahwa dimensi *responsiveness* merupakan salah satu aspek yang memiliki pengaruh besar terhadap persepsi kualitas pelayanan. Pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika pelayanan diberikan sesuai jadwal tanpa mengurangi kualitas hasil perawatan.

Hasil ini memperlihatkan bahwa ketepatan waktu menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan kepuasan konsumen pada industri jasa kecantikan. Oleh karena itu, pengelola salon perlu menyusun sistem pelayanan yang lebih efektif agar setiap pelanggan memperoleh pelayanan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk juga memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen. Konsumen Sari Salon memberikan penilaian lebih tinggi dibandingkan konsumen D5 Salon. Hal ini menunjukkan bahwa variasi produk *creambath* yang tersedia serta kesesuaian produk dengan jenis rambut konsumen menjadi salah satu keunggulan Sari Salon.

Dalam pelayanan jasa kecantikan, ketersediaan produk tidak hanya berkaitan dengan jumlah produk yang dimiliki, tetapi juga kualitas produk, kelengkapan pilihan, keamanan penggunaan, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan pelanggan. Salon yang menyediakan berbagai pilihan produk berkualitas akan lebih mudah memenuhi kebutuhan konsumen dengan karakteristik rambut yang berbeda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa lebih puas apabila produk yang digunakan sesuai dengan kondisi rambut mereka serta tersedia secara lengkap selama proses pelayanan berlangsung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan persediaan produk merupakan salah satu aspek penting dalam menjaga kualitas pelayanan salon.

Selain kualitas pelayanan, ketersediaan produk yang lengkap juga menjadi faktor yang mendukung kepuasan pelanggan. Rachmawati dkk. (2025) menyatakan bahwa kualitas layanan yang didukung oleh produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan mampu meningkatkan kepuasan secara signifikan. Oleh karena itu, salon perlu memastikan ketersediaan produk *creambath* yang berkualitas dan bervariasi agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan karakteristik rambut yang berbeda.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat konsep SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry bahwa kualitas pelayanan diukur

melalui lima dimensi utama, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi tersebut terbukti masih relevan dalam mengukur kepuasan pelanggan pada industri jasa kecantikan. Penelitian-penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas terhadap salon.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan jasa creambath pada Sari Salon dan D5 Salon di Martubung berdasarkan lima indikator kualitas pelayanan, yaitu kebersihan salon, kualitas layanan, profesionalisme staf, ketepatan waktu pelayanan, dan ketersediaan produk. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa secara umum konsumen pada kedua salon berada pada kategori puas terhadap layanan yang diberikan. Namun demikian, tingkat kepuasan konsumen di Sari Salon lebih tinggi dibandingkan D5 Salon pada seluruh indikator yang diteliti.

Indikator kebersihan salon memperoleh penilaian sangat baik dari konsumen kedua salon, dengan persentase kepuasan yang lebih tinggi pada Sari Salon. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi fisik salon, kebersihan ruangan, peralatan, dan fasilitas pelayanan menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap kualitas layanan.

Pada indikator kualitas layanan, konsumen Sari Salon memberikan penilaian yang lebih tinggi dibandingkan konsumen D5 Salon. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan telah mampu memenuhi harapan konsumen, baik dari segi ketepatan prosedur pelayanan, kemampuan memberikan pelayanan secara konsisten, maupun perhatian terhadap kebutuhan pelanggan selama proses perawatan creambath.

Indikator profesionalisme staf juga menunjukkan bahwa kemampuan teknis, sikap ramah, kesopanan, komunikasi, dan pengetahuan staf menjadi aspek yang berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Staf yang profesional mampu memberikan rasa aman, nyaman, dan percaya kepada pelanggan sehingga pengalaman pelayanan menjadi lebih baik.

Selanjutnya, indikator ketepatan waktu pelayanan merupakan aspek yang memperoleh tingkat kepuasan tertinggi pada kedua salon. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat menghargai pelayanan yang diberikan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan. Ketepatan waktu pelayanan menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa salon.

Pada indikator ketersediaan produk, konsumen juga memberikan penilaian yang baik terhadap kedua salon, meskipun Sari Salon memperoleh tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Ketersediaan produk yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan konsumen mendukung kelancaran proses pelayanan serta meningkatkan kualitas hasil perawatan rambut.

Secara keseluruhan, hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen terhadap layanan creambath. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan perlu menjadi perhatian utama bagi pengelola salon agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas konsumen, serta memperkuat daya saing usaha di tengah perkembangan industri jasa kecantikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. N., Anggraini, Y. D., Dewi, N. G., & Sari, R. L. (2025). Evaluasi kinerja karyawan untuk optimalisasi kualitas layanan jasa nail art salon MoyBeautyStudio dengan metode SERVQUAL. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*.
- Akbar, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 112–123
- Analysis of Service Quality at Beauty Salon in Surabaya Using the SERVQUAL Method. *International Journal of Science, Technology & Management* (2022).
- Dwipuspita, C. A., Taviprawati, E., & Wicaksono, H. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Salon Sisters Studio. *Jurnal Pariwisata, Bisnis dan Digital*, 1(1), 219–230.
- Farizky, M. Ibnu, Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Di “What’S Good Coffee”. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 92–103.
- Fathoni, M. N. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual, Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis pada Yasse Barbershop. *Serambi Engineering*, 3525 - 3533.
- Hisni, M. U., Fatimah, F., & Gunawan, Y. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, physical evidence dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Sheama Glenmore Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta*, 1(2), 85–97.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Mahdaly, K., Sheikhoon, M., Alabdale, N., & Husain, K. (2025). Applying Quality Management Tools to Improve the Customer's Journey at Beauty Salon. *European Scientific Journal*, 21(22).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Putri, N., & Pradesyah, R. (2025). The Influence of Islamic Business Ethics and Service Quality on Customer Satisfaction (Case Study of Dina Muslimah Salon). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(2), 4262–4272.
- Rasika, A. D. (2022). Manajemen Bisnis Salon Kecantikan Di Tinjau Dari Prinsip Manajemen Poac Di Kecamatan Kota Bondowoso Pada Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Tata Rias*, 11(1), 58-65.
- Setiawan, H., Alfian, A., Sunarni, T., & Budiarto, D. (2023). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan (Service Quality) pada UMKM Potong Rambut (Barbershop) di Palembang. *Jurnal Tekno*, 19(2), 116–128.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadin, D., Alfatiyah, R., & Mualif, M. (2022). Analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan metode SERVQUAL dan IPA untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Salon Perawatan Nurani Beauty. *Teknologi: Jurnal Ilmiah dan Teknologi*.
- Suryowati, B., & Rohanita. (2024). Service Marketing Mix and Customer Satisfaction Japanese Aesthetic Salon Sun Lumiere. *Greenation International Journal of Tourism and Management*.
- Tirtayasa, T., & Elizabeth, S. M. (2025). The Effect of Service Quality, Price, and Emotional Factors on Customer Satisfaction at Lady Beauty Salon. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 5(3), 336–342
- Tjiptono, F. (2023). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.