

INTISARI

Pertumbuhan industri spa di Indonesia meningkat 7% setiap tahun menjadikan peluang bisnis yang sangat berarti bagi para pelaku bisnis jasa khususnya untuk berusaha menawarkan kualitas layanan yang terbaik bagi pelanggan. Salah satunya Rumah Cantik Citra Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Cantik Citra Surabaya. Penelitian ini menggunakan 5 dimensi kualitas layanan dan 3 atribut kepuasan pelanggan. Variabel dependen (kepuasan pelanggan) dan variabel independen (kualitas layanan) sedangkan pola hubungan antar variabel adalah kausal atau sebab akibat. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang minimal berkunjung tiga kali dalam enam bulan terakhir, pernah menggunakan layanan spa lainnya, berpendidikan minimal SMU dan sederajat, juga mementingkan kualitas layanan pada saat memilih spa. Responden juga berdomisili di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan tipe *Convenience Sampling*.

Mengacu pada hasil analisis data secara keseluruhan diperoleh hasil 59,9% perubahan (kenaikan/penurunan) dari kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kualitas layanan dari Rumah Cantik Citra Surabaya sedangkan sisanya sebesar 40,1% dapat dijelaskan oleh faktor lain diluar model, antara lain: kualitas produk dan *customer value* misalkan harga jasa yang lebih murah dibandingkan dengan tempat lain dan ini berarti bahwa ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Cantik Citra Surabaya.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Lima Dimensi
Kualitas Layanan, Tiga Atribut Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Spa Industrial growth in Indonesia increase 7% every year make business opportunity very possible to all service business executant especially to try to offered best service quality for customer. One of them Rumah Cantik Citra Surabaya

This research aims to detect, analyze, and prove service quality influence magnitude towards Rumah Cantik Citra Surabaya's customer satisfaction. This research uses 5 service quality dimensions and 3 customer satisfaction attributes. Variable dependen (customer satisfaction) and independent variable (service quality) while connection pattern delivers variable causal or causality. Population in this research customer minimal pays thrice in six-month, ever use service spa another, minimal educated High School and the same degree, also consider important service quality at the time of choose spa. Also living at Surabaya respondent. Sample taking technique that used non probability sampling with type Convenience Sampling.

Threaten in data analysis result as a whole got result 59,6% change (increase/depreciation) from customer satisfaction is explained by service quality from Rumah Cantik Citra Surabaya while the rest as big as 41,4% explainable by factor other outdoor model, among others: product quality and customer value for example service price cheaper is compared with other place and this means that there is service quality influence towards Rumah Cantik Citra Surabaya customer satisfaction.

Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction, Five Service Quality Dimensions, Three Customer Satisfaction Attributes