



DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *ilmu pengetahuan dan teknologi*. 1–23.
- Afan Zaini, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjarnayar Paciran Lamongan). *Pemasaran Jasa*, 1(1), 15.
- Ahyani, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapuruma Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 694–701. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.523>
- Al-Fatih, J., Mulia, G., Aprilia, R., Findiana, F., Ekonomi, S. T., Islam, B., Global, S., & Cikarang, M. (2021). *Pages 85-96 Jurnal Al-Fatih Global Mulia pISSN 2580-8036*. 3(2), 2746–7058. <https://jurnalglobalmulia.or.id/index.php/alfatih>
- Amanda, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada MIXUE Ice Cream & Tea. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 217–226.
- Augi, G. G., Sambung, R., & Panjaitan, O. W. O. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratik Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Menggunakan Motivasi Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.52300/Jmso.V1i1.2366>
- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomia Ecuatoriana Y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Hayani, & Kasisariah, T. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Ayam Golek Tegar Lahat. *Jurnal Gema Ekonomi*, 13(1), 2113–2120.
- Ikhsan, W. N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Serambi Kopi Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 190–195. <https://doi.org/10.35446/Bisniskompetitif.V1i2.1086>
- Inadjo, I. M., Moku, B. J., & Kandowanko, N. (2023). Adaptasi Sosial SDN 1 Pineleng Menghadapi Dampak Covid-19 Di Desa Pineleng 1 Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Journal Ilmiah Society*, 3(1), 1–7. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/Pendas/Article/View/8077>
- Jamber, E., & Fiza, A. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Caffe Gaul Painan. *Fillgap In Management And Tourism*, 2(1),



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu, 32–46

Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i3.375>

MENCIPTAKAN KEPUASAN. (N.D.). <https://mars.ummy.ac.id/menciptakan->

Kepuasan/ Novianti Novianti, Muhammad Ichwan Musa, Burhanuddin

Burhanuddin, Chalid

Imran Musa, & Ilma Wulansari Hasdiansa. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(3), 127–141. <https://doi.org/10.55606/Optimal.V4i3.4034>

Novi Angga. (2023). *Manajemen Pemasaran*.

Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal Of Applied Statistics*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.13057/Ijas.V6i2.78921>

Pally, N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Oktober, 2023(20), 537–552. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.8429948>

Pratiwi, K. W., & Suparna, G. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Camely Salon Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(9), 4947–4970.

Puspitasari, S., & Widayanto. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 53–63.

Ridwan, M., & Febrian, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Johnny Andean Di Cabang Mall Ska Kota Pekanbaru. *EKLETIK : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(3), 271–280. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/EKLETIK/article/view/31466/10794>

Rivandi, R. (2023). Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan. *Gastronomia Ecuatoriana Y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Sari, Y. N. (2022). Kepuasan Konsumen Lettisia Gianti Salon & Bridal Di Kota Jambi. *Jurnal Management Pemasaran*.
[Http://Repository.Unbari.Ac.Id/1893/1/SKRIPSI_YETRI_NOVITA_SARI_%281800861201226%29.Pdf](http://Repository.Unbari.Ac.Id/1893/1/SKRIPSI_YETRI_NOVITA_SARI_%281800861201226%29.Pdf)

Wijaya BAB III.Pdf

Suprihartini, L., Rinaldi, H., Saputra, H. M., Sulaiman, S., Tandra, R., & Krisandi, S. D. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi SPSS Untuk Statistik Dasar Penelitian Bagi Mahasiswa Se-Kota Pontianak. *Kapuas*, 3(1), 35–39. <https://doi.org/10.31573/Jk.V3i1.527>

Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/Jm.V8i2.348>

Wong-Ken, K.-K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using Smartpls. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39627062/2013_Journal_10_PLS_MBLibre.Pdf?1446527592=&ResponseContentDisposition=Inline%3B+Filename%3Dpartial_Least_Squares_Structural_Equatio.Pdf&Expires=1702011101&Signature=J7ckmcyqwwt70i~N01jngxh2pn1aziuqyulm

Sugiyono, 2016. (2016). Desain Gaji Pokok Pt Trans Mitra Samudra Semarang Ga Pke. *Metode Penelitian*,

JASMINE, K. (2014). *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi)*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

LAMPIRAN

Lampiran 1: Jasa Perawatan dan Harga

No	Nama Perawatan	Tarif Harga
1	Gunting Rambut	18.000 - 25.000
2	Creambath Biasa	38.000
3	Creambath Spa	75.000
4	Facial Biasa	38.000
5	Facial Microdermabrasi Diamond	88.000
6	Facial Led	79.000
7	Facial Microderma + Led	98.000
8	Facial Chemical Peeling	85.000
9	Totok Wajah + Masker	35.000
10	Totok Aura + Masker	58.000
11	Massage Full Body	49.000
12	Lulur + Pijat Full Body	48.000
13	Masker Badan	39.000
14	Foot Spa	37.000

Lampiran 2: Data Konsumen Pada Anta Permana Salon

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2022	375
2	2023	823
3	2024	974

Lampiran 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	
	Orang	Presentase
18 – 20 th	4	10%
21 – 30 th	16	40%
31 – 40 th	12	30%
40 – 50 th	8	20%
Jumlah	40	100%

Lampiran 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Frekuensi kunjungan	Jumlah	
	orang	Presentase
Mingguan	8	20%
Bulanan	10	25%



Setiap beberapa bulan	14	35%
Jarang	8	20%
Jumlah	40	100%

Lampiran 5: Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	
	Orang	Presentase
Asn	6	15%
Tni/ Polri	4	10%
Karyawan Swasta	18	45%
Karyawan Tidak Tetap/Art	12	30%
Jumlah	40	100%

Lampiran 6: Tanggapan Responden Tentang Variabel Keandalan (Reability)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Layanan Selalu Konsisten Dan Dapat Diandalkan.	17	20	3	0	0	40	174	4,35
2	Salon Ini Tepat Waktu Dan Memenuhi Janji Layanan Yang Diberikan.	17	20	3	0	0	40	174	4,35

Lampiran 7: Tanggapan responden tentang variabel daya tanggap (*responsiveness*)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Karyawan Salon Cepat Tanggap Ketika Membutuhkan Bantuan Atau Informasi.	11	25	4	0	0	40	167	4,17



2	Respon Yang Cepat Saat Membuat Janji Atau Mengajukan Keluhan.	12	25	3	0	0	40	169	4,22
---	---	----	----	---	---	---	----	-----	------

Lampiran 8: Tanggapan responden tentang variabel jaminan (*assurance*)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Pelanggan Yakin Dan Percaya Dengan Kompetensi Karyawan Di Anta Permana Salon.	11	25	4	0	0	40	167	4,17
2	Karyawan Salon Memberikan Rasa Aman Melalui Pelayanan Yang Profesional.	13	24	3	0	0	40	170	4,25

Lampiran 9: Tanggapan responden tentang variabel empati (*empathy*)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Karyawan Salon Memperhatikan Kebutuhan Secara Individual Dan Penuh Perhatian.	14	23	3	0	0	40	171	4,27
2	Merasa Diperlakukan Dengan Ramah Dan Penuh Pengertian Selama Berada Di Salon.	15	22	3	0	0	40	172	4,3

Lampiran 10: Tanggapan Responden

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Fasilitas Berupa Peralatan Dan Ruangan Tampak Lengkap, Modern Dan Bersih.	15	22	3	0	0	40	172	4,2
2	Karyawan Tampak Profesional Dan Menarik.	16	21	3	0	0	40	173	4,32



Lampiran 11: Tanggapan Responden

No	Kualitas Pelayanan (Service Quality)	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Layanan Yang Terima Sesuai Dengan Standar Yang Harapkan.	15	22	3	0	0	40	172	4,3
2	Kualitas Pelayanan Selalu Memuaskan.	12	16	2	0	0	40	169	4,23

Lampiran 12: Tanggapan Responden

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Karyawan Melayani Dengan Profesional Dan Cekatan.	15	25	0	0	0	40	175	4,37
2	Karyawan Menunjukkan Keahlian Yang Baik Dalam Melaksanakan Layanan.	15	25	0	0	0	40	175	4,37

Lampiran 13: Tanggapan Responden

No	Nilai Yang Dirasakan (Perceived Value)	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Harga Yang Di Bayar Sepadan Dengan Kualitas Layanan Yang Terima.	15	23	2	0	0	40	173	4,32
2	Pelanggan Mendapatkan Manfaat Yang Besar Dari Layanan.	21	19	0	0	0	40	181	4,52

Lampiran 14: Tanggapan Responden

No	Harapan Konsumen (Customer Expectations)	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Layanan Memenuhi Harapan Sebelum Melakukan Kunjungan.	12	26	2	0	0	40	170	4,25
2	Sebagai Pelanggan Salon Ini Memahami Kebutuhan Dan Keinginan Sebagai Pelanggan.	17	23	0	0	0	40	177	4,42



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

1	Layanan Yang Terima Sesuai Dengan Standar Yang Harapkan.	15	22	3	0	0	40	172	4,3
2	Kualitas Pelayanan Selalu Memuaskan.	12	16	2	0	0	40	169	4,23

Lampiran 12: Tanggapan Responden

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Karyawan Melayani Dengan Profesional Dan Cekatan.	15	25	0	0	0	40	175	4,37
2	Karyawan Menunjukkan Keahlian Yang Baik Dalam Melaksanakan Layanan.	15	25	0	0	0	40	175	4,37

Lampiran 13: Tanggapan Responden

No	Nilai Yang Dirasakan (<i>Perceived Value</i>)	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Harga Yang Di Bayar Sepadan Dengan Kualitas Layanan Yang Terima.	15	23	2	0	0	40	173	4,32
2	Pelanggan Mendapatkan Manfaat Yang Besar Dari Layanan.	21	19	0	0	0	40	181	4,52

Lampiran 14: Tanggapan Responden

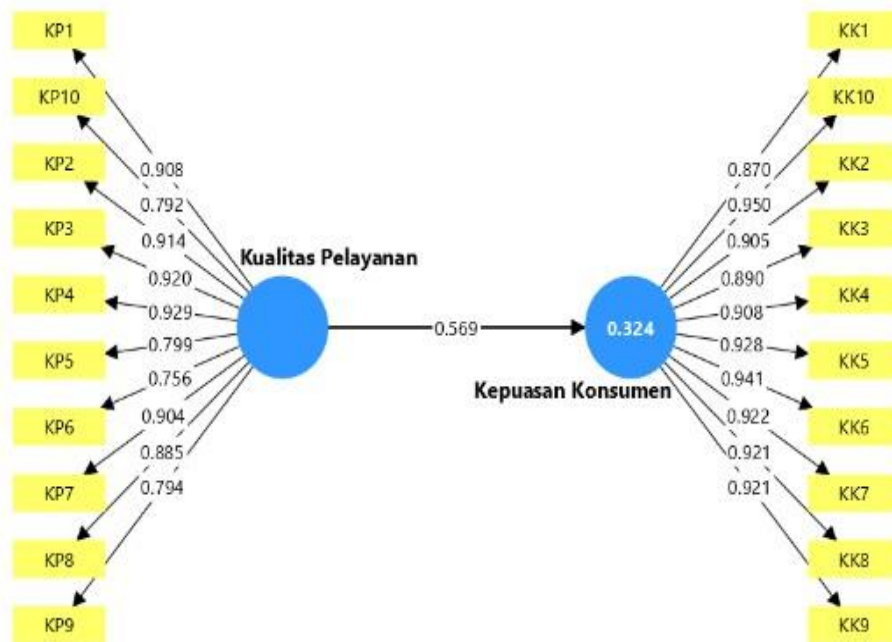
No	Harapan Konsumen (<i>Customer Expectations</i>)	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Layanan Memenuhi Harapan Sebelum Melakukan Kunjungan.	12	26	2	0	0	40	170	4,25
2	Sebagai Pelanggan Salon Ini Memahami Kebutuhan Dan Keinginan Sebagai Pelanggan.	17	23	0	0	0	40	177	4,42



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Lampiran 15: Tanggapan Responden

No	Emosi Konsumen (Customer Emotions)	SS	S	N	TS	STS	JML	F	Rata-rata
1	Pelanggan Nyaman Dan SenangSetiap Kali Menggunakan Layanan.	18	22	0	0	0	40	178	4,45
2	Pelanggan Merasa Dihargai Sebagai Pelanggan	14	22	4	0	0	40	170	4,25





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan juga dilarang untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Lampiran 17: Nilai *OuterLoading*

Variabel	Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan
Kepuasan Konsumen 1	0.870	
Kepuasan Konsumen 10	0.950	
Kepuasan Konsumen 2	0.905	
Kepuasan Konsumen 3	0.890	
Kepuasan Konsumen 4	0.908	
Kepuasan Konsumen 5	0.928	
Kepuasan Konsumen 6	0.941	
Kepuasan Konsumen 7	0.922	
Kepuasan Konsumen 8	0.921	
Kepuasan Konsumen 9	0.921	
Kepuasan Pelayanan 1		0.908
Kepuasan Pelayanan 10		0.792
Kepuasan Pelayanan 2		0.914
Kepuasan Pelayanan 3		0.920
Kepuasan Pelayanan 4		0.929
Kepuasan Pelayanan 5		0.799
Kepuasan Pelayanan 6		0.756
Kepuasan Pelayanan 7		0.904
Kepuasan Pelayanan 8		0.885
Kepuasan Pelayanan 9		0.794



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Lampiran 18:

Variabel	Composite	
	reliability	Keterangan
	(rho_a)	
Kualitas pelayanan	0.983	Reliabel
Kepuasan konsumen	0.983	Reiabel

Lampiran 19:

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Kepuasan Konsumen	0.744
Kualitas Pelayanan	0.839

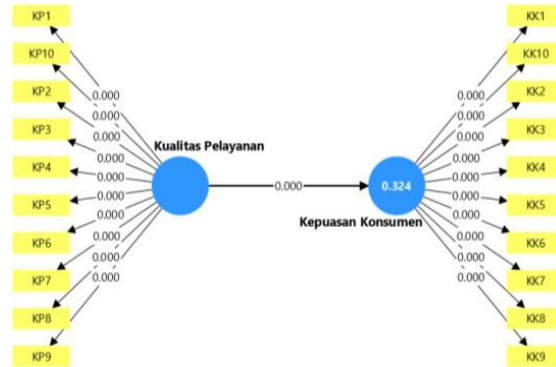
Lampiran 20:

Cronbach Alpha	
Variabel	Cronbach's alpha
Kepuasan konsumen	0.962
Kualitas pelayanan	0.979



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Lampiran 21:



Lampiran 22:

Coefficient Determination (R-square)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Konsumen	0.324	0.306

Lampiran 23:

Uji F Square

Variabel	Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan
Kepuasan Konsumen		
Kualitas Pelayanan	0.479	

Lampiran 24:

Uji Hipotesis

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kualitas Pelayanan > Kepuasan Konsumen	0.569	0.590	0.092	6.170	0.000



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan juga dilarang untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Lampiran 25:

GoodnessofFit (GoF)

Variabel	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.147	0.147
d_ ULS	4.556	4.556
d_ G	n/a	n/a
Chi-square	n/a	n/a
NFI	n/a	n/a

Lampiran 26:

Variabel	Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan
Kepuasan Konsumen 1	0.870	0.570
Kepuasan Konsumen 10	0.950	0.485
Kepuasan Konsumen 2	0.905	0.599
Kepuasan Konsumen 3	0.890	0.543
Kepuasan Konsumen 4	0.908	0.581
Kepuasan Konsumen 5	0.928	0.549
Kepuasan Konsumen 6	0.941	0.513
Kepuasan Konsumen 7	0.922	0.438
Kepuasan Konsumen 8	0.921	0.424
Kepuasan Konsumen 9	0.921	0.424
Kepuasan Pelayanan 1	0.495	0.908
Kepuasan Pelayanan 10	0.738	0.792
Kepuasan Pelayanan 2	0.453	0.914
Kepuasan Pelayanan 3	0.413	0.920
Kepuasan Pelayanan 4	0.508	0.929
Kepuasan Pelayanan 5	0.326	0.799
Kepuasan Pelayanan 6	0.315	0.756
Kepuasan Pelayanan 7	0.472	0.904
Kepuasan Pelayanan 8	0.506	0.885
Kepuasan Pelayanan 9	0.410	0.794



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Kuesioner Penelitian

Judul Penelitian: *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Anta Permana Salon, Tembilahan.*

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Saya, Dewi Safria Adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan BisnisKuesioner. Ini Bersifat Rahasia Dan Hanya Digunakan Untuk Kepentingan Akademik. MohonKesediaan Ibu/Saudari Untuk Mengisi Kuesioner Ini Secara Jujur Dan Sesuai Dengan Pengalaman Atau Pandangan Pribadi.

AtasPartisipasinya, Saya Ucapkan Terima Kasih Yang Sebesar-Besarnya.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PETUNJUK PENGISIAN:

- a. 1 = Sangat Tidak Setuju
- b. 2 = Tidak Setuju
- c. 3 = Netral
- d. 4 = Setuju
- e. 5 = Sangat Setuju

IDENTITAS RESPONDEN:

1. Nama :
2. Usia:
 - a. 18-20 Tahun
 - b. 20-29 Tahun
 - c. 30-39 Tahun
 - d. 40-49 Tahun
 - e. 50 Tahun Ke Atas
3. Frekuensi Kunjungan Ke Salon:
 - a. Mingguan
 - b. Bulanan
 - c. Setiap Beberapa Bulan
 - d. Jarang
4. Pekerjaan:
 - a. Asn
 - b. TNI/Polri
 - c. Karyawan Swasta
 - d. Karyawan Tidak Tetap/Art
5. Pernah Menggunakan Jasa Anta Permana Salon :
 - a. Pernah
 - b. Tidak (Jika Tidak Silahkan Abaikan Kuesioner Ini)



VARIABEL Y : KEPUASAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Kinerja Karyawan (<i>Employee Performance</i>)					
	Karyawan Melayani Dengan Profesional Dan Cekatan.					
	Karyawan Menunjukkan Keahlian Yang Baik Dalam Melaksanakan Layanan.					
2	Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)					
	Layanan Yang Terima Sesuai Dengan Standar Yang Harapkan.					
	Kualitas Pelayanan Selalu Memuaskan.					
3	Nilai Yang Dirasakan (<i>Perceived Value</i>)					
	Harga Yang Di Bayar Sepadan Dengan Kualitas Layanan Yang Terima.					
	Pelanggan Mendapatkan Manfaat Yang Besar Dari Layanan.					
4	Harapan Konsumen (<i>Customer Expectations</i>)					
	Layanan Memenuhi Harapan Sebelum Melakukan Kunjungan.					
	Sebagai Pelanggan Salon Ini Memahami Kebutuhan Dan Keinginan Sebagai Pelanggan.					
5	Emosi Konsumen (<i>Customer Emotions</i>)					
	Pelanggan Nyaman Dan Senang Setiap Kali Menggunakan Layanan.					
	Pelanggan Merasa Dihargai Sebagai Pelanggan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



VARIABEL X : PELAYANAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Keandalan (Reliability)					
	Layanan Selalu Konsisten Dan Dapat Diandalkan.					
	Salon Ini Tepat Waktu Dan Memenuhi Janji Layanan Yang Diberikan.					
2	Daya Tanggap (Responsiveness)					
	Karyawan Salon Cepat Tanggap Ketika Membutuhkan Bantuan Atau Informasi.					
	Respon Yang Cepat Saat Membuat Janji Atau Mengajukan Keluhan.					
3	Jaminan (Assurance)					
	Pelanggan Yakin Dan Percaya Dengan Kompetensi Karyawan Di Anta Permana Salon.					
	Karyawan Salon Memberikan Rasa Aman Melalui Pelayanan Yang Profesional.					
4	Empati (Empathy)					
	Karyawan Salon Memperhatikan Kebutuhan Secara Individual Dan Penuh Perhatian.					
	Merasa Diperlakukan Dengan Ramah Dan Penuh Pengertian Selama Berada Di Salon.					
5	Bukti Fisik (Tangibles)					
	Fasilitas Berupa Peralatan Dan Ruangan Tampak Lengkap, Modern Dan Bersih.					
	Karyawan Tampak Profesional Dan Menarik.					

Terima Kasih



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

NO	PERNYATAAN Y	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1	jml	f	Rata2
1	Kinerja Karyawan (Employee Performance)								
	Karyawan Melayani Dengan Profesional Dan Cekatan.	15	25	0	0	0	40	175	4,37
	Karyawan Menunjukkan Keahlian Yang Baik Dalam Melaksanakan Layanan.	15	25	0	0	0	40	175	4,37
2	Kualitas Pelayanan (Service Quality)								
	Layanan Yang Terima Sesuai Dengan Standar Yang Harapkan.	15	22	3	0	0	40	172	4,3
	Kualitas Pelayanan Selalu Memuaskan.	12	16	2	0	0	40	169	4,23
3	Nilai Yang Dirasakan (Perceived Value)								
	Harga Yang Di Bayar Sepadan Dengan Kualitas Layanan Yang Terima.	15	23	2	0	0	40	173	4,32
	Pelanggan Mendapatkan Manfaat Yang Besar Dari Layanan.	21	19	0	0	0	40	181	4,52
4	Harapan Konsumen (Customer Expectations)								
	Layanan Memenuhi Harapan Sebelum Melakukan Kunjungan.	12	26	2	0	0	40	170	4,25
	Sebagai Pelanggan Salon Ini Memahami Kebutuhan Dan Keinginan Sebagai Pelanggan.	17	23	0	0	0	40	177	4,42
5	Emosi Konsumen (Customer Emotions)								
	Pelanggan Nyaman Dan Senang Setiap Kali Menggunakan Layanan.	18	22	0	0	0	40	178	4,45
	Pelanggan Merasa Dihargai Sebagai Pelanggan	14	22	4	0	0	40	170	4,25



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

NO	PERNYATAANX	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1	jml	F	Rata2
1	Keandalan (Reliability)								
	Layanan Selalu Konsisten Dan Dapat Diandalkan.	17	20	3	0	0	40	174	4,35
	Salon Ini Tepat Waktu Dan Memenuhi Janji Layanan Yang Diberikan.	17	20	3	0	0	40	174	4,35
2	Daya Tanggap (Responsiveness)								
	Karyawan Salon Cepat Tanggap Ketika Membutuhkan Bantuan Atau Informasi.	11	25	4	0	0	40	167	4,17
	Respon Yang Cepat Saat Membuat Janji Atau Mengajukan Keluhan.	12	25	3	0	0	40	169	4,22
3	Jaminan (Assurance)								
	Pelanggan Yakin Dan Percaya Dengan Kompetensi Karyawan Di Anta Permana Salon.	11	25	4	0	0	40	167	4,17
	Karyawan Salon Memberikan Rasa Aman Melalui Pelayanan Yang Profesional.	13	24	3	0	0	40	170	4,25
4	Empati (Empathy)								
	Karyawan Salon Memperhatikan Kebutuhan Secara Individual Dan Penuh Perhatian.	14	23	3	0	0	40	171	4,27
	Merasa Diperlakukan Dengan Ramah Dan Penuh Pengertian Selama Berada Di Salon.	15	22	3	0	0	40	172	4,3
5	Bukti Fisik (Tangibles)								
	Fasilitas Berupa Peralatan Dan Ruangan Tampak Lengkap, Modern Dan Bersih.	15	22	3	0	0	40	172	4,2
	Karyawan Tampak Profesional Dan Menarik.	16	21	3	0	0	40	173	4,32



Lampiran kuesioner

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	43
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	44
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
20	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	41
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	35
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	40
31	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	41
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

BIODATA SINGKAT PENULIS

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama : Dewi Safria

Tempat Tanggal Lahir : Sungai Undan, 10 Oktober 2003

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Belum Menikah

Alamat : Jl. Trimas, Gg Trimas Seni

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Nomor handphone : 082285597551

Email : Dewisafria08@gmail.com

Pendidikan:

1. SD : SD NEGERI 010 SUNGAI UNDAN
2. SMP : SMP ISLAM AL-HUSNIYAH
3. SMA : SMA NEGERI 1 RETEH
4. Pendidikan Sarjana : Terdaftar Sebagai Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen di Universitas Islam Indragiri (UNISI).