

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Larissa Aesthetic Center di Semarang

ARISTA KUSUMASTUTI

*Program Studi Manajemen SI
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Dian Nuswantoro
Semarang, 50131, Indonesia*

ABSTRAK

ABSTRAKSI Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Larissa Aesthetic Center dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Larissa Aesthetic Center. Populasi dalam penelitian ini adalah para tamu yang sedang melakukan perawatan di Larissa Aesthetic Center Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan purposive sampling, yaitu sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan normalitas. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel jaminan lalu ketanggapan kemudian diikuti dengan kehandalan dan kepedulian sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah bukti fisik. Larissa Aesthetic Center perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang. keywords : kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan