

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI TEKNIK RUSSIAN MANICURE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DEWI BEAUTY STUDIO

Ni Luh Komang Rinahayu Anjayani¹, Putu Agus Mayuni², Ni Ketut Widiartini³

[¹
rinahayu@student.undiksha.ac.id](mailto:rinahayu@student.undiksha.ac.id), [²
agus.mayuni@undiksha.ac.id](mailto:agus.mayuni@undiksha.ac.id),
[³
ketut.widiartini@undiksha.ac.id](mailto:ketut.widiartini@undiksha.ac.id)

Universitas Pendidikan Ganesha

ABSTRAK

Perkembangan industri kecantikan yang semakin pesat mendorong pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas layanan guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Salah satu layanan yang saat ini banyak diminati adalah *Russian Manicure*, yaitu teknik perawatan kuku yang berfokus pada pembersihan area kutikula secara detail menggunakan alat khusus sehingga menghasilkan tampilan kuku yang lebih rapi, bersih, dan estetik. Penerapan teknik yang tepat diharapkan dapat memberikan persepsi yang baik, pengalaman layanan yang optimal, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen mengenai teknik *Russian Manicure* terhadap kepuasan pelanggan di Dewi Beauty Studio. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian pendekatan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan layanan *Russian Manicure* di Dewi Beauty Studio selama 2 tahun terakhir sebanyak 142 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 59 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen mengenai teknik *Russian Manicure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Dewi Beauty Studio dengan nilai signifikansi sebesar $<0,001 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,694 menunjukkan bahwa persepsi konsumen mengenai teknik *Russian Manicure* memberikan kontribusi sebesar 69,4% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 30,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* terhadap kepuasan pelanggan di Dewi Beauty Studio.

Kata Kunci: *Russian Manicure*, Kepuasan Pelanggan, Layanan Kecantikan.

ABSTRACT

The rapid growth of the beauty industry compels business operators to continuously enhance service quality to meet customer needs and ensure satisfaction. One service currently in high demand is the *Russian Manicure*—a nail care technique that focuses on meticulous cuticle cleaning using specialized tools, resulting in a neater, cleaner, and more aesthetic nail appearance. Proper application of this technique is expected to deliver an optimal service experience, a good perception, also boost customer satisfaction. This study aims to determine the impact of the *Russian Manicure* technique on customer satisfaction at Dewi Beauty Studio. A quantitative approach with a causal approach research design was employed. The study population consisted of all 142 customers who utilized the *Russian Manicure* service at Dewi Beauty Studio over the two last year. Probability sampling was used to select a sample of 59 respondents. Data were collected through the distribution of questionnaires. Data analysis techniques included instrument testing, classical assumption testing, simple linear regression analysis, the coefficient of determination test, and hypothesis testing

(partial t-test). The results indicate that the consumer perception about Russian Manicure technique has a positive and significant effect on customer satisfaction at Dewi Beauty Studio, with a significance value of $<0,001$ ($p < 0.05$). The coefficient of determination (R-squared) of 0.694 reveals that the consumer perception about Russian Manicure technique contributes 69,4%% to customer satisfaction, while the remaining 30,6% is influenced by factors outside the scope of this study. Thus, it can be concluded that consumer perception about Russian Manicure technique has a significant influence on customer satisfaction at Dewi Beauty Studio.

Keywords: Russian Manicure, Customer Satisfaction, Beauty Services.

PENDAHULUAN

Industri kecantikan terus mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan diri, termasuk perawatan kuku. Perawatan kuku tidak lagi dipandang hanya sebagai upaya menjaga kebersihan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup dan penunjang penampilan yang dapat meningkatkan rasa percaya diri. Berbagai inovasi dalam layanan nail care terus dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan hasil perawatan yang lebih rapi, higienis, estetis, dan tahan lama. Salah satu inovasi yang saat ini semakin banyak diterapkan adalah teknik *Russian Manicure*, yaitu teknik manicure yang menggunakan *electric nail drill* untuk membersihkan area kutikula secara lebih detail sehingga menghasilkan tampilan kuku yang lebih presisi dan profesional.

Dalam perspektif pemasaran jasa, keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyediakan layanan, tetapi juga oleh kemampuannya menciptakan nilai yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kotler dan Keller (2022) menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan sehingga mampu membangun hubungan yang saling menguntungkan. Nilai tersebut akan diterjemahkan oleh pelanggan melalui persepsi yang terbentuk selama menerima layanan. Persepsi konsumen merupakan proses individu dalam memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi sehingga membentuk penilaian terhadap suatu produk atau jasa. Persepsi yang positif terhadap kualitas layanan akan meningkatkan kemungkinan pelanggan merasa puas setelah menggunakan layanan tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan jasa dalam memenuhi harapan konsumennya. Menurut Kotler dan Armstrong (2021), kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi antara persepsi terhadap kinerja layanan dengan harapan yang dimiliki sebelum menggunakan layanan. Semakin positif persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima, maka semakin besar peluang terciptanya kepuasan pelanggan. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, pelanggan cenderung merasa tidak puas. Oleh karena itu, persepsi konsumen menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada industri jasa kecantikan.

Dewi Beauty Studio merupakan salah satu penyedia jasa perawatan kuku di Kabupaten Karangasem yang berupaya meningkatkan kualitas layanannya melalui penerapan teknik *Russian Manicure*. Sebelum menerapkan teknik tersebut, studio masih menggunakan teknik manicure konvensional yang dinilai kurang mampu memenuhi ekspektasi sebagian pelanggan karena hasil perawatan kurang rapi, daya tahan *nail gel* relatif lebih singkat, serta proses pembersihan kutikula belum optimal. Kondisi tersebut diikuti dengan penurunan jumlah pelanggan manicure dari 113 pelanggan pada periode Juli 2023–Juni 2024 menjadi

86 pelanggan pada periode Juli 2024–Juni 2025. Setelah mengadopsi teknik *Russian Manicure*, jumlah pelayanan manicure mengalami peningkatan hingga mencapai 142 transaksi dalam kurun waktu sembilan bulan, yang menunjukkan adanya perubahan positif setelah inovasi layanan diterapkan.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada industri salon dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan dan harga. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada dimensi kualitas layanan secara umum, seperti keandalan, daya tanggap, dan empati, tanpa mengkaji secara khusus bagaimana persepsi konsumen terhadap teknik perawatan tertentu memengaruhi kepuasan pelanggan. Di sisi lain, penelitian mengenai teknik *Russian Manicure* masih didominasi pembahasan mengenai aspek teknis dan estetika hasil perawatan, sedangkan kajian yang menghubungkan persepsi konsumen terhadap teknik tersebut dengan kepuasan pelanggan masih sangat terbatas, khususnya pada usaha jasa kecantikan lokal.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen mengenai teknik *Russian Manicure* terhadap kepuasan pelanggan di Dewi Beauty Studio. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pemasaran jasa, khususnya terkait perilaku konsumen pada industri kecantikan, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah:

H_1 : Persepsi Konsumen mengenai teknik *Russian Manicure* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Dewi Beauty Studio.

H_0 : Persepsi Konsumen mengenai teknik *Russian Manicure* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Dewi Beauty Studio.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pada variabel independent terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2023). Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan teknik *Russian Manicure* (X), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan layanan *Russian Manicure* di Dewi Beauty Studio selama 2 tahun terakhir, yaitu sebanyak 142 orang. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sebanyak 59 responden. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert.

Teknik analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan bantuan program SPSS. Tahapan analisis meliputi uji instrumen yang terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh penggunaan teknik *Russian Manicure* terhadap kepuasan pelanggan di Dewi Beauty Studio. Selain itu, dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dan uji t untuk menguji signifikansi pengaruh antarvariabel.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Penggunaan Teknik Russian Manicure (X)	X1	0,792	0,3061	Valid
	X2	0,836	0,3061	Valid
	X3	0,660	0,3061	Valid
	X4	0,740	0,3061	Valid
	X5	0,885	0,3061	Valid
	X6	0,604	0,3061	Valid
	X7	0,677	0,3061	Valid
	X8	0,731	0,3061	Valid
	X9	0,806	0,3061	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,620	0,3061	Valid
	Y2	0,639	0,3061	Valid
	Y3	0,653	0,3061	Valid
	Y4	0,821	0,3061	Valid
	Y5	0,740	0,3061	Valid
	Y6	0,659	0,3061	Valid
	Y7	0,696	0,3061	Valid
	Y8	0,722	0,3061	Valid
	Y9	0,862	0,3061	Valid
	Y10	0,643	0,3061	Valid
	Y11	0,678	0,3061	Valid
	Y12	0,700	0,3061	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 25 for windows, 2026

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa setiap pernyataan memiliki r hitung lebih besar dari r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$), sehingga butir atau pertanyaan untuk seluruh variabel dinyatakan valid.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standard Alpha	Keterangan
Penggunaan Teknik Russian Manicure (X)	0,899	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,904	0,70	Reliabel

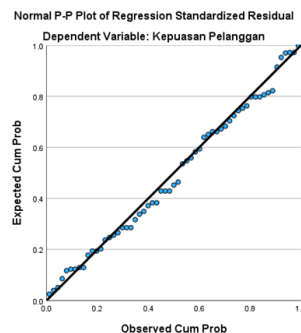
Sumber: Hasil Output SPSS 25 for windows, 2026

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Penggunaan Teknik Russian Manicure (X) adalah sebesar 0,899 dan nilai tersebut $> 0,70$, karena standar pengambilan Keputusan Adalah nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ Machali (2021), sehingga dapat dinyatakan bahwa kesembilan butir pertanyaan yang digunakan pada kuesioner adalah reliabel. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terlihat nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0,904 dan nilai tersebut $> 0,70$, sehingga dapat dinyatakan bahwa kedua belas butir pertanyaan yang digunakan pada kuesioner adalah reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Normalitas

a. Analisis grafik Normal Probability Plot



Berdasarkan diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dalam penelitian ini juga menggunakan uji statistik untuk memperkuat hasil uji normalitas.

b. Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
N	59
Kolmogorov-Smirnov Z	0,074
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Peneliti, data diolah (SPSS 25 for Windows), 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa besar nilai *Test Statistic Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,074 dan memiliki signifikansi sebesar 0,200. Angka signifikansi tersebut $> 0,05$, sehingga hal ini menyatakan bahwa data penelitian tersebut berdistribusi secara normal.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Keterangan
Penggunaan Teknik <i>Russian Manicure</i> (X)	0,690	Bebas Heterokedastisitas

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Peneliti, data diolah (SPSS 25 for Windows), 2026

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel independen tidak signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *Absolute Residual (AbsRes)*. Hasil menunjukkan bahwa variabel Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* (X) memiliki nilai *sig.* sebesar 0,690. Dengan demikian variabel independen memiliki probabilitas signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5% (probabilitas signifikansi $> 0,05$), sehingga disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Linearitas

Model	Sig.	Keterangan
Penggunaan Teknik <i>Russian Manicure</i> (X)	0,282	Hubungan Antar Variabel Linier

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Peneliti, data diolah (SPSS 25 for Windows), 2026

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* (X) memiliki nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar

0,282. Nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05, sehingga hubungan antara variabel indenpenden (X) dan dependen (Y) adalah linear.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Analisis Regresi Sederhana

<i>Coefficients^a</i>					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	5,563	5,171		1,076	0,287
Persepsi Konsumen mengenai Teknik Russian Manicure (X)	0,889	0,182	0,542	4,872	< 0,001

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)*

Sumber: Peneliti, data diolah (SPSS 25 for Windows), 2026

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda pada tabel diatas maka didapatkan hasil persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$\alpha = 5,563$. Dapat diketahui konstanta (α) memiliki nilai positif. Ini menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel indenpenden dan dependen. Artinya jika variabel indenpenden yaitu Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* (X) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 5,563.

$b = 0,889$. Nilai koefisien regresi untuk variabel Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* (X) adalah positif. Ini menunjukkan adanya pengaruh positif (searah) antara variabel Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* (X) dengan Kepuasan Pelanggan (Y).

b. Hasil Uji T Parsial

<i>Coefficients^a</i>					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	5,563	5,171		1,076	0,287
Penggunaan Teknik Russian Manicure (X)	0,889	0,182	0,542	4,872	< ,001

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)*

Sumber: Peneliti, data diolah (SPSS 25 for Windows), 2026

Berdasarkan tabel diatas maka hasil uji statistik t yang telah dilakukan, maka Hipotesis pertama (H_1) menunjukkan variabel Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* (X) memiliki nilai *p-value* (*sig.*) = < 0,001 yang mana lebih kecil dari 0,05, artinya variabel Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* (X) mempunyai pengaruh dan hubungan yang searah dengan Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis yang diajukan sebelumnya sesuai dengan hasil yang diperoleh. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Dewi Beauty Studio.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,833 ^a	0,694	0,682	3,730

Predictors: (Constant), Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* (X)

Sumber: Peneliti, data diolah (SPSS 25 for Windows), 2026

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) pada nilai *R Square* didapatkan sebesar 0,694, maka hal tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Konsumen mengenai Teknik *Russian Manicure* (X) memiliki kemampuan menjelaskan 69,4% terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Sisanya sebesar 30,6% telah memperlihatkan adanya variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, sebab begitu banyak variabel lain yang mampu memberikan kontribusi pengaruh pada Kepuasan Pelanggan. Faktor tersebut bisa meliputi keramahan karyawan, kebersihan salon, kecepatan pelayanan, harga, suasana ruangan, hingga kualitas produk yang digunakan.

Pembahasan

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa persepsi konsumen mengenai teknik *Russian Manicure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Dewi Beauty Studio. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,889 dengan arah positif serta hasil uji *t* sebesar 4,872 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin positif persepsi pelanggan terhadap teknik *Russian Manicure*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,694 menunjukkan bahwa persepsi konsumen mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 69,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori persepsi konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022), yang menyatakan bahwa persepsi terbentuk melalui proses individu dalam memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi maupun pengalaman yang diterima sehingga menghasilkan penilaian terhadap suatu produk atau jasa. Dalam penelitian ini, pelanggan membentuk persepsi berdasarkan pengalaman mereka terhadap teknik *Russian Manicure*, seperti kualitas hasil perawatan, kenyamanan selama proses pelayanan, keamanan prosedur, serta profesionalisme *nail artist*. Persepsi yang positif terhadap aspek-aspek tersebut mendorong terbentuknya kepuasan pelanggan.

Temuan ini juga mendukung teori kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2016), yang menjelaskan bahwa kepuasan muncul ketika kinerja layanan mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Teknik *Russian Manicure* memberikan hasil perawatan yang lebih rapi, bersih, presisi, dan tahan lama dibandingkan teknik konvensional, sehingga mampu memenuhi harapan pelanggan terhadap kualitas layanan di Dewi Beauty Studio. Kondisi tersebut mendorong pelanggan untuk merasa puas, memiliki keinginan menggunakan kembali layanan, serta bersedia merekomendasikannya kepada orang lain.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Tifany dan Rustam (2023), Siahaan et al. (2025), Widyastana dan Yulianthini (2022), Handayani dan Suci (2025), serta Wasanti et al. (2024) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen, kualitas layanan, dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaanannya, penelitian ini secara khusus mengkaji persepsi konsumen mengenai teknik *Russian Manicure* sebagai bentuk inovasi layanan pada industri kecantikan. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap teknik perawatan yang digunakan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha jasa kecantikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen mengenai teknik *Russian Manicure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Dewi Beauty Studio. Semakin positif persepsi pelanggan terhadap kualitas hasil perawatan, kenyamanan pelayanan, keamanan prosedur, dan manfaat yang diperoleh, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap teknik *Russian Manicure* merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penerapan teknik *Russian Manicure* secara profesional dapat menjadi strategi bagi penyedia jasa kecantikan untuk meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Saran

1) Bagi Dewi Beauty Salon

Bagi Dewi Beauty Studio disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas penerapan teknik *Russian manicure* melalui pelatihan keterampilan terapis, menjaga standar kebersihan alat, serta meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap sesuai dengan harapan pelanggan. Selain itu, evaluasi berkala terhadap kepuasan pelanggan perlu dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi pelanggan sehingga kualitas layanan dapat terus ditingkatkan.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, harga, fasilitas, loyalitas pelanggan, atau pengalaman pelanggan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada lokasi dan jumlah sampel yang lebih luas agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan metode atau model analisis yang lebih kompleks untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada industri jasa kecantikan sehingga kualitas layanan dapat terus ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhanani, G., & Santoso, B. (2022). Dampak Service Excellent Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Strawberry. 6(3), 397–403.
- Ariadi, G. Inggawati, K. (2023). The effect of sustainable supply chain toward sustainability performance mediated by joint efforts and sharing activities : evidence from Bali farmer groups.
- Assyakra, S. Amelia, R. (2025). Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Bpjs Rawat Inap Rsud Batara Guru. Window of Public Health Journal, 6(1), 184–195.
- Herlina, M. G., & Aurelia, J. J. (2022). The Impact of Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Building Customer Loyalty. Journal of North American International Conference on Industrial Engineering and Operation Managements., 7, 601–611.
- Indah, N. K. Selamat, K. (2024). The influence of service quality, facilities, and price on customer satisfaction at estetika belle salon. Journal Management and Hospitality, 1(2), 28–33.
- Kotler, P., & Amstrong. (2021). Principles of Marketing 18th Edition.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2008). E-Book Of Marketing Management 13th Edition.
- Kusumayani, P. E. Suci, N. M. (2025). Brand Image as Economic Capital : Mediating the Influence of E-WOM and Product Quality on Purchase Intention for Adidas Shoes. 6(3), 1442–1456.
- Machali. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Maulidiah, E. P. Satisfaction, C. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. 2.

- Milbar, H., & Forrestel, A. (2022). Russian Manicure and Implementation in salon Industry. *Skin Appendage Disorder*, 8.
- Naomi, & Telagawathi. (2023). Pengaruh E-Wom dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Davina di Desa Sumberkima. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Universitas Pendidikan Ganesha*, 5.
- Pratama, R., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di salon agata. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 228–235.
- Prosperity, G. (2025). Innovative approaches to nail and skin health in professional manicure. 5(3), 22–29.
- Putu, L. Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Peanggan Produk Sunscreen Azarine di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 494–500.
- Suci, N. M. Dewanti, M. A. (2025). Creative Economy-Based Marketing Innovation Strategy to Increase the Competitiveness of Women ' s MSMEs. 12(April), 340–349.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Telagawathi, W. S. Suci, MadeYulianthini, N. N. (2022). Entrepreneurship orientation in the handicraft industry in Bali , Indonesia using the triple helix concept Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi Made Setini * Ni Made Suci and Ni Nyoman Yulianthini Daru Asih Ni Made Satya Utami. 35(3), 415–428.
- Tjiptono. (2016). *Pemasaran jasa : Prinsip , Penerapan dan Penelitian*.
- Wahyuni, K., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan KSA Toserba Surapati. 11(1), 485–493.
- Wasanti, F. A. Sudirtha, I. G. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Ubud Traditional Spa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 21(2), 192–202.
- Wirayuni, K. W. Heryanda, K. K. (2025). Job Satisfaction as a Mediator between Work Culture , Compensation , and Employee Performance at Sanak Retreat Bali. 6(4), 1139–1150.
- Xinyue, Z. Widiastini, A. (2025). The Impact of Starbucks ' Corporate Social Responsibility Strategy on Brand Loyalty in China. *International Journal Of Research And Innovation In Social Science*, 9(7).
- Zikriyah, A. N. (2026). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Salon Kecantikan Glambyuri. 9(1), 327–334.