

EVALUASI KUALITAS SALON NAIL ART DI JEPARA (Studi Kasus di Ilona *Beauty Bar Nail Art*)

Novia Mahfudiyah^{1*}, Taofan Ali Achmadi²

^{1,2} Pendidikan Tata Kecantikan, Universitas Negeri Semarang

Corresponding author: noviam179@gmail.com

Abstract. *The rapid growth of the beauty service industry requires business actors to continuously improve service quality in order to maintain customer satisfaction and loyalty. Ilona Beauty Bar Nail Art in Jepara, as one of the nail art service providers, needs to evaluate the quality of services provided to customers. This study aims to analyze the service quality of Ilona Beauty Bar Nail Art based on customer perceptions using the Servqual model approach. This research uses a descriptive quantitative method with five Servqual dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents selected using purposive sampling and analyzed using descriptive statistics by calculating mean scores and percentages. The results show that the overall service quality is categorized as high with an average score of 80.5%. The booking and payment convenience dimension achieved the highest score of 83.0%, while the assurance dimension obtained the lowest score of 79.2%. These findings indicate that the service quality is generally good but still requires improvement in the assurance aspect.*

Keywords: *service quality, customer satisfaction, servqual, Ilona Beauty Bar Nail Art*

Abstrak. Perkembangan industri jasa kecantikan yang semakin pesat menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ilona Beauty Bar Nail Art di Jepara sebagai salah satu penyedia layanan nail art perlu melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan Ilona Beauty Bar Nail Art berdasarkan persepsi pelanggan menggunakan pendekatan model Servqual. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan lima dimensi Servqual yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa nilai rata-rata dan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara keseluruhan berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata 80,5%. Dimensi booking dan payment convenience memperoleh nilai tertinggi sebesar 83,0%, sedangkan dimensi assurance memperoleh nilai terendah sebesar 79,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan sudah baik namun masih perlu peningkatan pada aspek jaminan pelayanan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, servqual, Ilona Beauty Bar Nail Art

PENDAHULUAN

Perekonomian pada tahun 2025 menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, yang ditandai dengan semakin meningkatnya kegiatan usaha yang berdampak langsung terhadap kehidupan masyarakat. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan signifikan adalah industri salon kecantikan. Di Indonesia, perkembangan industri kecantikan terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri dan penampilan. Dukungan masyarakat terhadap pentingnya penampilan turut mendorong pertumbuhan usaha di bidang ini. Salon kecantikan menjadi pilihan utama bagi wanita untuk mempercantik diri karena mampu menunjang penampilan, meningkatkan kepercayaan diri, serta memberikan manfaat bagi kesehatan fisik dan mental.

Menurut Peraturan Kementerian Kesehatan RI Nomor HK.01.01/B1.4/4051/2011, usaha salon kecantikan merupakan fasilitas pelayanan untuk memperbaiki penampilan melalui tata rias dan pemeliharaan kecantikan kulit serta rambut yang dilakukan oleh tenaga ahli sesuai kompetensinya. Hal ini menunjukkan bahwa salon kecantikan kini telah menjadi bagian dari kebutuhan primer masyarakat, baik untuk relaksasi, menjaga kesehatan kulit dan rambut, maupun sebagai sarana interaksi sosial. Seiring perkembangan tren dan gaya hidup, usaha salon kecantikan dituntut untuk terus berinovasi. Keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh lokasi dan pasar sasaran, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan nilai tambah (value) melalui ide dan pelayanan yang berkualitas. Kecantikan dianggap sebagai aspek penting bagi perempuan dalam menunjang penampilan dari ujung rambut hingga ujung kaki (Andi Tri Purnama Sari, 2017). Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2023), subsektor fashion dan kecantikan menjadi salah satu penggerak utama ekonomi kreatif Indonesia. Industri kosmetik global menghasilkan nilai lebih dari USD 100 miliar, sementara di Indonesia terjadi peningkatan jumlah usaha salon dan klinik kecantikan hingga 20,6% pada tahun 2022 (Erha Clinic Indonesia). Sebagian besar pertumbuhan tersebut didominasi oleh usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk jasa nail art yang kini banyak diminati.

Nail art atau seni melukis kuku merupakan bentuk perawatan estetika yang populer di kalangan wanita modern. Selain memberikan tampilan menarik dan unik, nail art juga berfungsi melindungi kuku serta mendukung kesehatan kuku. Kemajuan teknologi, seperti printer kuku 3D, serta pengaruh media sosial melalui Instagram dan TikTok, turut meningkatkan popularitas layanan ini. Selain itu, penelitian mengenai kualitas pelayanan pada industri kecantikan telah banyak dilakukan dengan menggunakan model Servqual untuk mengukur kepuasan pelanggan. Namun sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada salon kecantikan secara umum, klinik kecantikan, maupun layanan perawatan rambut dan kulit. Penelitian yang secara khusus mengkaji kualitas pelayanan pada usaha nail art, terutama pada skala usaha lokal di daerah, masih relatif terbatas. Padahal, layanan nail art memiliki karakteristik pelayanan yang berbeda karena lebih menekankan pada aspek kreativitas, ketelitian, serta pengalaman pelanggan selama proses pelayanan. Selain itu, hingga saat ini masih sedikit penelitian yang mengkaji kualitas pelayanan pada usaha nail art di Kabupaten Jepara. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan Ilona Beauty Bar Nail Art berdasarkan persepsi pelanggan menggunakan pendekatan Servqual. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan pada usaha nail art serta menjadi referensi bagi pengembangan strategi pelayanan pada industri kecantikan di tingkat lokal.

Perkembangan ini juga terjadi di Kabupaten Jepara, yang sebelumnya dikenal sebagai “Kota Ukir” dan kini mengalami diversifikasi usaha di bidang kecantikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jepara tahun 2022, terdapat 156 salon kecantikan, 61 jasa manicure–pedicure dan nail art, serta 28 klinik kecantikan. Tren ini menunjukkan bahwa masyarakat Jepara, khususnya kalangan muda, semakin peduli terhadap penampilan dan gaya hidup modern. Salah satu usaha yang menonjol di Jepara adalah *Ilona Beauty Bar Nail Art*, yang memiliki pengikut terbanyak di media sosial dibandingkan kompetitornya. Namun, di tengah tingginya minat masyarakat, masih terdapat kendala dalam konsistensi kualitas pelayanan, pelatihan tenaga kerja, serta penerapan standar kebersihan. Padahal, kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian Luturmas (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan salon. Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada industri jasa kecantikan dan salon (Tonapa, Nurcahayani, & Dewi, 2024). Selain itu, penelitian mengenai kualitas pelayanan pada sektor jasa menunjukkan bahwa dimensi Servqual memiliki hubungan yang kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan serta keberlanjutan usaha jasa (Purnamasari & Yuliansyah, 2020). Oleh karena itu, evaluasi kualitas pelayanan secara sistematis diperlukan agar salon dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan

serta mempertahankan daya saing usaha. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pada *Ilona Beauty Bar Nail Art* Jepara guna mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan serta memberikan masukan strategis bagi peningkatan mutu pelayanan. Oleh karena itu, evaluasi kualitas pelayanan secara sistematis diperlukan agar salon dapat menjaga standar dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Berdasarkan fenomena tersebut, perlu dilakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan di *Ilona Beauty Bar Nail Art* Jepara. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan serta memberikan masukan strategis bagi pengelola dalam meningkatkan mutu pelayanan dan daya saing usaha di industri jasa kecantikan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara objektif bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan di *Ilona Beauty Bar Nail Art* Jepara. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berupaya mengukur tingkat kualitas pelayanan berdasarkan data numerik yang diperoleh melalui kuesioner, sehingga dapat diketahui dimensi mana yang memiliki nilai tinggi dan mana yang perlu ditingkatkan. Sementara itu, sifat deskriptif digunakan karena penelitian ini tidak berupaya mencari hubungan atau pengaruh antarvariabel, melainkan berfokus untuk mendeskripsikan fenomena kualitas pelayanan sebagaimana adanya berdasarkan persepsi pelanggan.

Penelitian dilaksanakan di *Ilona Beauty Bar Nail Art*, salah satu salon kecantikan yang berlokasi di Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Salon ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki tingkat popularitas tinggi di kalangan masyarakat, terbukti dari banyaknya pelanggan aktif serta jumlah pengikut media sosial yang mencapai lebih dari 11.000. Selain itu, *Ilona Beauty Bar Nail Art* merupakan salah satu usaha nail art di Jepara yang secara aktif mengikuti perkembangan tren kecantikan, sehingga menarik untuk dievaluasi dari sisi kualitas pelayanan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga Mei 2025 yang mencakup tahapan observasi awal, penyusunan instrumen, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, dan analisis hasil penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan *Ilona Beauty Bar Nail Art* yang telah melakukan perawatan minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Jumlah populasi pasti sulit diketahui karena salon tidak memiliki data pelanggan tetap yang terdokumentasi secara lengkap. Oleh karena itu, penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria responden adalah wanita berusia minimal 18 tahun, pernah melakukan perawatan minimal dua kali, dan bersedia menjadi responden penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 100 responden yang dianggap telah mewakili karakteristik pelanggan aktif salon.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner, sementara data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung seperti profil salon, arsip kegiatan, serta literatur dari penelitian terdahulu yang relevan dengan topik kualitas pelayanan di industri jasa kecantikan. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Model ini menilai kualitas pelayanan melalui lima dimensi utama, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Setiap dimensi diukur menggunakan beberapa indikator pernyataan dengan skala Likert 1–5, di mana angka 1 menunjukkan “sangat tidak setuju” dan angka 5 menunjukkan “sangat setuju”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan survei untuk mengevaluasi kualitas pelayanan *Ilona Beauty Bar Nail Art* di Jepara. Instrumen penelitian terdiri dari 27 pernyataan yang dibagi ke dalam 7 indikator: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Indikator, Empathy, Technical Competence & Creativity, serta Booking & Payment Convenience. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Skala pengukuran menggunakan Skala Likert 1–5, namun pada simulasi ini nilai minimal adalah 3 (Netral) dan

maksimal 5 (Sangat Setuju).

Indikator dalam setiap dimensi disusun untuk mencakup berbagai aspek pelayanan di *Iona Beauty Bar Nail Art*, mulai dari kondisi fisik salon, ketepatan waktu pelayanan, kecepatan respon karyawan, jaminan keamanan peralatan, hingga sikap ramah dan perhatian nail artist terhadap pelanggan. Penyusunan instrumen ini diawali dengan studi literatur serta hasil observasi awal di lapangan agar pernyataan yang dibuat relevan dengan kondisi nyata di salon.

Tabel 1. Perhitungan Aiken's V

No	Dimensi	Indikator
1	assurance	Kebersihan dan kerapian salon, kenyamanan ruang tunggu, penampilan karyawan, ketersediaan alat yang modern
2	Reliability	Ketepatan waktu pelayanan, hasil sesuai janji, konsistensi kualitas layanan
3	Responsiveness	Kecepatan pelayanan, kesediaan membantu pelanggan, respon terhadap keluhan
4	Assurance	Pengetahuan nail artist, rasa aman, profesionalitas, dan kemampuan komunikasi
5	Empathy	Kesopanan, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, keramahan, dan kemampuan memahami pelanggan

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu penyebaran kuesioner, observasi langsung, dan dokumentasi. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data persepsi pelanggan secara kuantitatif. Observasi dilakukan untuk mengamati kondisi fisik salon serta perilaku karyawan saat melayani pelanggan. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi pendukung seperti foto fasilitas, catatan kegiatan, serta data umum usaha.

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner kemudian diolah dengan analisis statistik deskriptif. Analisis ini dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (mean) dan persentase pada setiap indikator, kemudian dibandingkan dengan kategori penilaian yang telah ditentukan. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Mean} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor Diperoleh}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Hasil persentase kemudian diinterpretasikan menggunakan kriteria penilaian berikut:

Tabel 2 Kriteria interpretasi skor kualitas pelayanan

Persentase	Kategori
81% – 100%	Sangat Tinggi
61% – 80%	Tinggi
41% – 60%	Cukup
21% – 40%	Rendah
0% – 20%	Sangat Rendah

Sebelum kuesioner disebarkan, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen layak digunakan. Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi Product Moment Pearson, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r

hitung > r tabel (0,30) sehingga dinyatakan valid, dan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 yang berarti seluruh instrumen reliabel.

Tabel 3 Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen

Dimensi	Jumlah Item	r hitung	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Tangibles	4	0,72–0,85	Valid	0,81	Reliabel
Reliability	3	0,68–0,79	Valid	0,78	Reliabel
Responsiveness	3	0,70–0,84	Valid	0,80	Reliabel
Assurance	4	0,73–0,86	Valid	0,82	Reliabel
Empathy	4	0,74–0,88	Valid	0,85	Reliabel

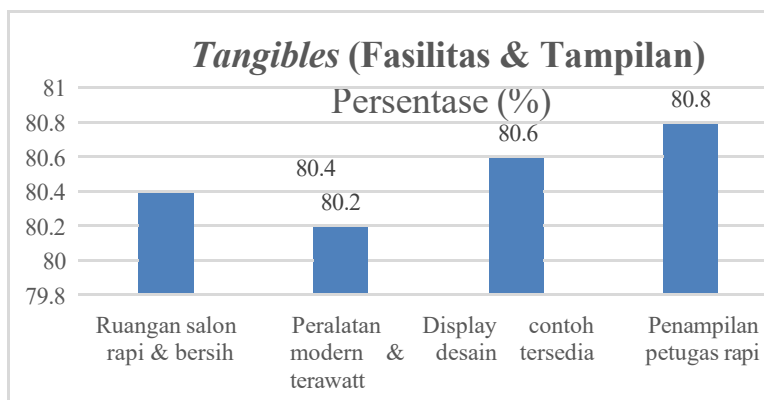
Tahapan penelitian dilakukan secara sistematis mulai dari persiapan, penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga analisis dan penyusunan laporan hasil. Setiap tahap dilakukan dengan memperhatikan prinsip objektivitas dan keabsahan data. Hasil akhir penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kualitas pelayanan di *Ilona Beauty Bar Nail Art* Jepara, sekaligus menjadi dasar rekomendasi untuk peningkatan mutu layanan di masa mendatang.

Analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif untuk menghitung: Mean (nilai rata-rata), Standar deviasi (SD), dan Persentase ketercapaian (dari skor maksimal 5). Kategori interpretasi mean: 1,00–2,33 = Rendah; 2,34–3,67 = Sedang; 3,68–5,00 = Tinggi.

Tabel 4. Hasil penilaian responden pada indikator Tangibles

No	Pernyataan	Mean	SD	Persentase (%)	Kategori
1	Ruangan salon rapi & bersih	4.02	0.79	80.4	Tinggi
2	Peralatan modern & terawatt	4.01	0.81	80.2	Tinggi
3	Display contoh desain tersedia	4.03	0.76	80.6	Tinggi
4	Penampilan petugas rapi	4.04	0.8	80.8	Tinggi
5	Suasana salon nyaman	4.01	0.82	80.2	Tinggi

Rata-rata Indikator Tangibles adalah 4.02 (80.4%) yang masuk kategori Tinggi.



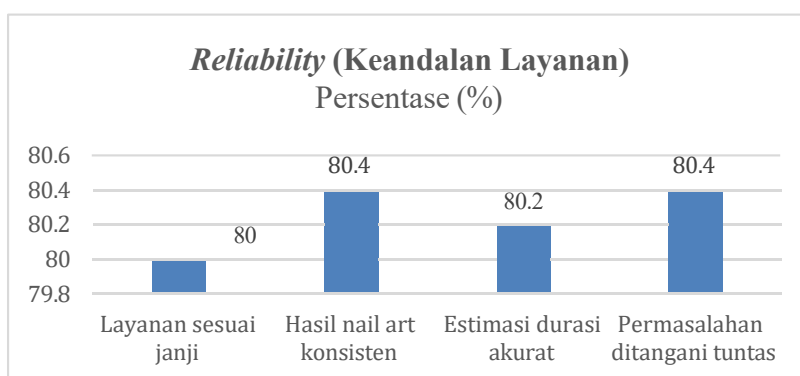
Gambar 1. Grafik Persentase hasil penilaian responden pada indikator Tangibles

Indikator Tangibles memperoleh rata-rata 4,02 (80,4%) yang termasuk kategori Tinggi. Ini menunjukkan bahwa fasilitas fisik dan tampilan salon dinilai baik oleh pelanggan. Aspek tertinggi ada pada penampilan petugas (80,8%), sedangkan aspek terendah pada peralatan modern (80,2%). Perbedaan ini relatif kecil, namun tetap menunjukkan bahwa pembaruan peralatan dapat menjadi fokus peningkatan.

Tabel 5. Hasil penilaian responden pada indikator Reliability

No	Pernyataan	Mean	SD	Persentase (%)	Kategori
6	Layanan sesuai janji	4.0	0.77	80.0	Tinggi
7	Hasil nail art konsisten	4.02	0.81	80.4	Tinggi
8	Estimasi durasi akurat	4.01	0.79	80.2	Tinggi
9	Permasalahan ditangani tuntas	4.02	0.8	80.4	Tinggi

Rata-rata Indikator Reliability adalah 4.01 (80.2%) yang masuk kategori Tinggi.



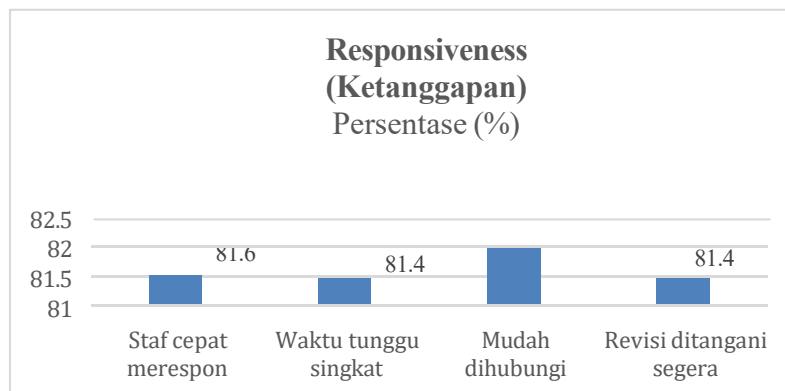
Gambar 2. Grafik Persentase hasil penilaian responden pada indikator Reliability

Indikator Reliability memperoleh skor rata-rata 4,01 (80,2%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai keandalan pelayanan sudah baik, terutama pada penanganan masalah dan konsistensi hasil. Meski begitu, estimasi waktu pengerjaan masih memiliki potensi untuk ditingkatkan akurasinya.

Tabel 6. Hasil penilaian responden pada indikator Responsiveness

No	Pernyataan	Mean	SD	Persentase (%)	Kategori
10	Staf cepat merespon	4.08	0.78	81.6	Tinggi
11	Waktu tunggu singkat	4.07	0.76	81.4	Tinggi
12	Mudah dihubungi	4.1	0.79	82.0	Tinggi
13	Revisi ditangani segera	4.07	0.77	81.4	Tinggi

Rata-rata Indikator Responsiveness adalah 4.08 (81.6%) yang masuk kategori Tinggi.



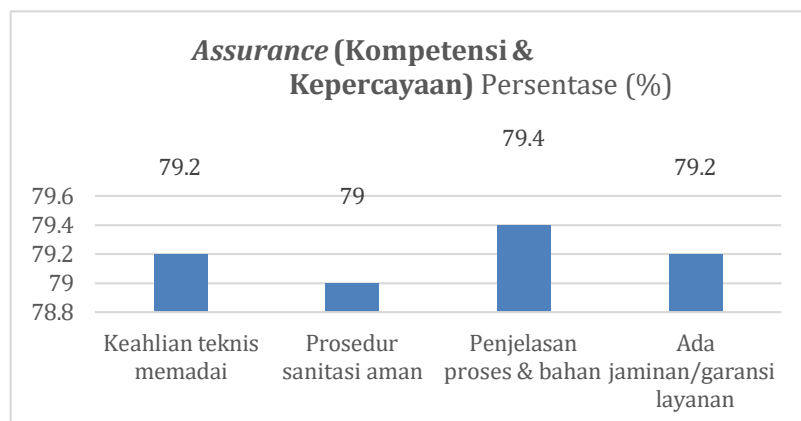
Gambar 3 Grafik Persentase hasil penilaian responden pada indikator Responsiveness

Dengan rata-rata 4,08 (81,6%), Indikator Responsiveness mendapat penilaian positif, menandakan staf salon cepat merespon dan mudah dihubungi. Aspek “kemudahan dihubungi” mendapat skor tertinggi (82,0%), yang menjadi kekuatan utama.

Tabel 7. Statistik Deskriptif Indikator Assurance

No	Pernyataan	Mean	SD	Persentase (%)	Kategori
14	Keahlian teknis memadai	3.96	0.78	79.2	Tinggi
15	Prosedur sanitasi aman	3.95	0.79	79.0	Tinggi
16	Penjelasan proses & bahan	3.97	0.8	79.4	Tinggi
17	Ada jaminan/garansi layanan	3.96	0.79	79.2	Tinggi

Rata-rata Indikator Assurance adalah 3.96 (79.2%) yang masuk kategori Tinggi.



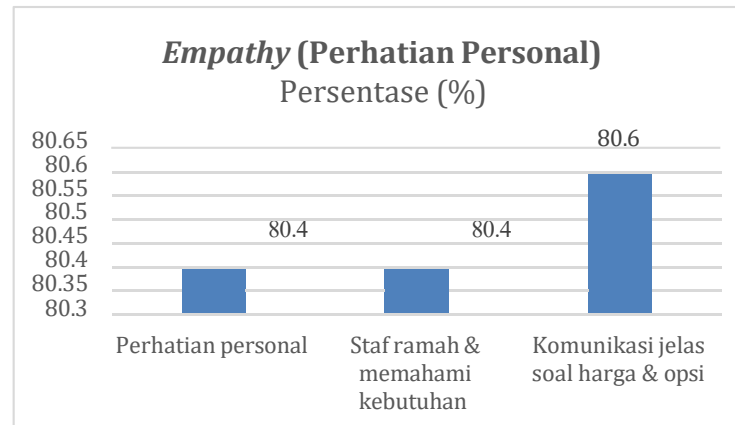
Gambar 4. Grafik Persentase hasil penilaian responden pada indikator Assurance

Assurance menjadi Indikator dengan skor terendah (79,2%), meski masih dalam kategori Tinggi. Hal ini mengindikasikan perlunya peningkatan kepercayaan pelanggan melalui prosedur sanitasi yang lebih transparan dan jaminan layanan yang jelas.

Tabel 8. Statistik Deskriptif Indikator Empathy

No	Pernyataan	Mean	SD	Persentase (%)	Kategori
18	Perhatian personal	4.02	0.76	80.4	Tinggi
19	Staf ramah & memahami kebutuhan	4.02	0.78	80.4	Tinggi
20	Komunikasi jelas soal harga & opsi	4.03	0.77	80.6	Tinggi

Rata-rata Indikator Empathy adalah 4.02 (80.5%) yang masuk kategori Tinggi.



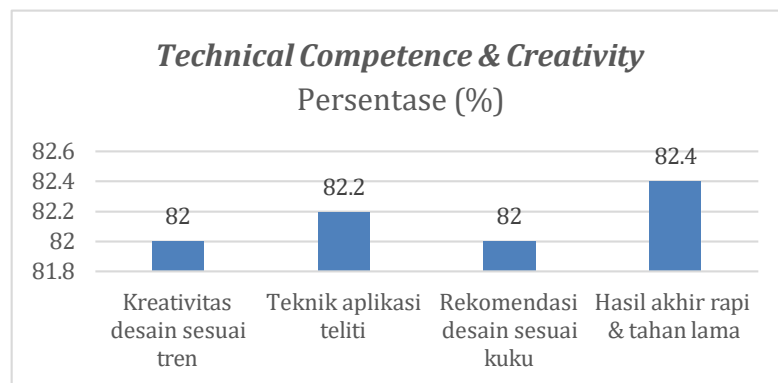
Gambar 5. Grafik Persentase hasil penilaian responden pada indikator Empathy

Indikator Empathy memperoleh skor rata-rata sebesar 4,02 atau 80,4% yang termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan grafik, aspek komunikasi yang jelas terkait harga dan pilihan layanan memperoleh persentase tertinggi yaitu 80,6%, menunjukkan bahwa responden menilai staf cukup mampu memberikan penjelasan yang mudah dipahami. Sementara itu, aspek perhatian personal dan keramahan staf dalam memahami kebutuhan pelanggan masing-masing memperoleh nilai 80,4%. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum staf telah memiliki kemampuan interpersonal yang baik dalam melayani pelanggan. Namun demikian, peningkatan pada aspek komunikasi yang lebih rinci dan pendekatan yang lebih personal masih diperlukan agar pengalaman layanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi lebih optimal.

Tabel 9. Statistik Deskriptif Indikator Technical Competence & Creativity

No	Pernyataan	Mean	SD	Persentase (%)	Kategori
21	Kreativitas desain sesuai tren	4.1	0.76	82.0	Tinggi
22	Teknik aplikasi teliti	4.11	0.75	82.2	Tinggi
23	Rekomendasi desain sesuai kuku	4.1	0.77	82.0	Tinggi
24	Hasil akhir rapi & tahan lama	4.12	0.76	82.4	Tinggi

Rata-rata Indikator Technical Competence & Creativity adalah 4.11 (82.2%) yang masuk kategori Tinggi.



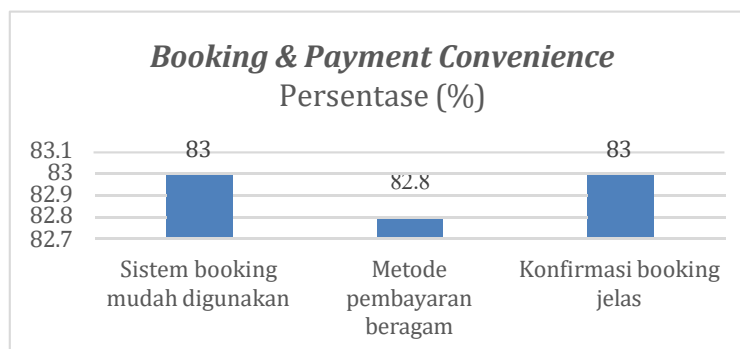
Gambar 6. Grafik Persentase hasil penilaian responden pada indikator Technical competence & creativity

Indikator *Technical Competence & Creativity* memperoleh nilai rata-rata 4,11 atau 82,2% yang termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan grafik, aspek hasil akhir yang rapi dan tahan lama memperoleh persentase tertinggi yaitu 82,4%, menunjukkan bahwa responden menilai kualitas hasil layanan yang diberikan salon sudah sangat baik. Selanjutnya, aspek teknik aplikasi yang teliti memperoleh nilai 82,2%, yang menunjukkan bahwa staf memiliki keterampilan teknis yang baik dalam proses pengerjaan layanan. Sementara itu, aspek kreativitas desain sesuai tren dan kemampuan memberikan rekomendasi desain yang sesuai dengan kondisi kuku pelanggan masing-masing memperoleh nilai 82,0%. Hasil ini menunjukkan bahwa staf salon tidak hanya memiliki kompetensi teknis yang baik, tetapi juga mampu mengikuti tren serta memberikan hasil layanan yang rapi dan berkualitas.

Tabel 10. Statistik Deskriptif Indikator Booking & Payment Convenience

No	Pernyataan	Mean	SD	Persentase (%)	Kategori
25	Sistem booking mudah digunakan	4.15	0.74	83.0	Tinggi
26	Metode pembayaran beragam	4.14	0.75	82.8	Tinggi
27	Konfirmasi booking jelas	4.15	0.74	83.0	Tinggi

Rata-rata Indikator Booking & Payment Convenience adalah 4.15 (82.9%) yang masuk kategori Tinggi.



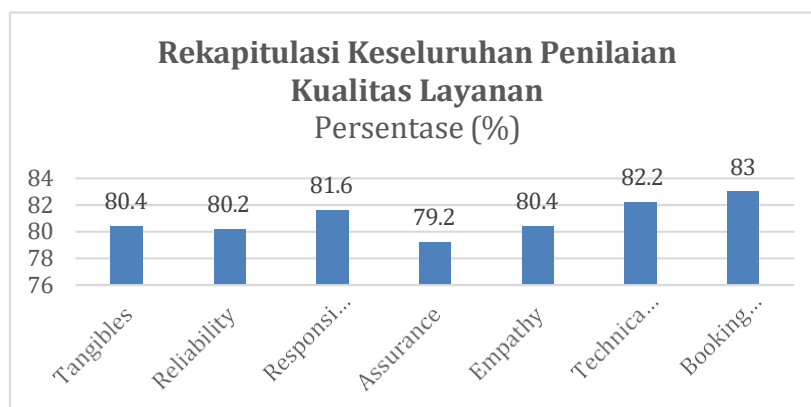
Gambar 7. Grafik Persentase hasil penilaian responden pada indikator Booking & payment convenience

Indikator *Booking & Payment Convenience* memperoleh nilai rata-rata 4,15 atau 82,9% yang termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan grafik, aspek sistem booking yang mudah digunakan memperoleh persentase sebesar 83,0%, menunjukkan bahwa responden menilai proses pemesanan layanan cukup praktis dan mudah dipahami. Aspek metode pembayaran yang beragam memperoleh nilai 82,8%, yang menunjukkan bahwa pilihan pembayaran yang tersedia telah memenuhi kebutuhan pelanggan. Sementara itu, aspek kejelasan konfirmasi booking juga memperoleh nilai 83,0%, yang menunjukkan bahwa pelanggan mendapatkan informasi pemesanan secara jelas setelah melakukan booking. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa proses pemesanan dan pembayaran layanan salon sudah berjalan dengan baik dan memberikan kemudahan bagi pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden, diperoleh nilai rata-rata, standar deviasi, dan persentase ketercapaian untuk masing-masing Indikator penilaian. Rekapitulasi ini menggambarkan secara umum tingkat kualitas layanan pada seluruh aspek yang diukur.

Tabel 11. Rekapitulasi Keseluruhan Penilaian Kualitas Layanan

Indikator	Item No.	Mean	SD	Persentase (%)	Kategori
<i>Tangibles</i>	1–5	4.02	0.58	80.4	Tinggi
<i>Reliability</i>	6–9	4.01	0.55	80.2	Tinggi
<i>Responsiveness</i>	10–13	4.08	0.53	81.6	Tinggi
<i>Assurance</i>	14–17	3.96	0.57	79.2	Tinggi
<i>Empathy</i>	18–20	4.02	0.54	80.4	Tinggi
<i>Technical Competence & Creativity</i>	21–24	4.11	0.52	82.2	Tinggi
<i>Booking & Payment Convenience</i>	25–27	4.15	0.5	83.0	Tinggi



Gambar 8. Grafik Rekapitulasi Keseluruhan Penilaian Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Ilona *Beauty Bar Nail Art* di Jepara secara keseluruhan berada pada kategori Tinggi di semua dimensi penilaian. Nilai rata-rata keseluruhan dimensi berada di atas 3,90 dengan persentase ketercapaian berkisar antara 79,2% hingga 83,0%. Dimensi Booking & Payment Convenience memperoleh skor tertinggi (Mean = 4,15; 83,0%), yang menunjukkan bahwa kemudahan pemesanan dan keberagaman metode pembayaran merupakan aspek yang paling diapresiasi oleh pelanggan. Sementara itu, dimensi Assurance memiliki skor terendah (Mean = 3,96; 79,2%), meskipun tetap berada pada kategori tinggi, hal ini mengindikasikan bahwa aspek jaminan layanan, prosedur sanitasi, dan rasa aman pelanggan dapat menjadi fokus perbaikan.

Secara umum, hasil ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai layanan salon ini sudah sangat baik dalam hal fasilitas fisik, keandalan, ketanggapan, perhatian personal, keterampilan teknis, kreativitas, serta kemudahan dalam proses pemesanan dan pembayaran. Upaya peningkatan pada dimensi Assurance akan semakin memperkuat citra dan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil analisis terhadap tujuh indikator kualitas pelayanan Ilona *Beauty Bar Nail Art* di Jepara, seluruh dimensi memperoleh kategori tinggi, yang menunjukkan persepsi positif pelanggan terhadap layanan salon. Pada tampilan fisik (tangibles), pelanggan menilai kebersihan, kerapian peralatan, dan penampilan staf sangat baik. Suasana salon yang nyaman dan profesional memperkuat citra positif layanan. Sejalan dengan Elnagar (2024) dan Alharthey (2022), aspek visual yang menarik terbukti meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan di sektor kecantikan. Indikator keandalan (reliability) juga dinilai baik, dengan pelayanan sesuai janji dan hasil memuaskan, meskipun efisiensi waktu pengerjaan masih dapat ditingkatkan. Temuan ini mendukung pandangan bahwa konsistensi

layanan membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Alharthey, 2022; Matar et al., 2022).

Pada daya tanggap (*responsiveness*), staf dinilai cepat, tanggap, dan mudah dihubungi untuk pemesanan maupun konsultasi. Hal ini menunjukkan ketanggapan sebagai faktor penting dalam meningkatkan kepuasan (Yuliana et al., 2025; Abas et al., 2023). Untuk jaminan (*assurance*), pelanggan merasa aman dengan kompetensi staf dan kebersihan prosedur, namun komunikasi tentang tahapan dan jaminan hasil perlu diperjelas. Transparansi pelayanan menjadi aspek penting untuk memperkuat rasa percaya (Yuliana et al., 2025; Agustin et al., 2022). Indikator empati (*empathy*) menunjukkan bahwa staf ramah dan memperhatikan kebutuhan pelanggan, membangun hubungan emosional positif. Meski begitu, komunikasi terkait desain dan harga perlu lebih terbuka agar pelanggan merasa lebih dilibatkan (Yuliana et al., 2025; Agustin et al., 2022).

Pada kompetensi teknis dan kreativitas, *Ilona Beauty Bar* menonjol dengan hasil *nail art* yang rapi, trendi, dan tahan lama. Kreativitas staf mencerminkan profesionalitas tinggi dan berpengaruh positif terhadap kepuasan (Nguyen et al., 2023; Jamilah & Kamaruddin, 2021). Terakhir, kemudahan pemesanan dan pembayaran menjadi aspek terbaik. Sistem reservasi yang efisien, metode pembayaran variatif, dan konfirmasi layanan yang jelas menciptakan pengalaman praktis dan menyenangkan (Elnagar, 2024; Kim et al., 2021). Secara keseluruhan, *Ilona Beauty Bar Nail Art* menunjukkan kualitas pelayanan yang unggul, terutama dalam ketanggapan, kemudahan layanan, serta kompetensi staf. Namun, peningkatan pada aspek jaminan dan transparansi prosedur diperlukan agar rasa aman dan kepercayaan pelanggan semakin kuat. Dengan memperkuat aspek tersebut, salon memiliki potensi besar untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

SIMPULAN

. Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan *Ilona Beauty Bar Nail Art* di Jepara yang dianalisis menggunakan tujuh indikator, seluruh dimensi memperoleh kategori tinggi, dengan nilai rata-rata berkisar antara 79,2% hingga 83,0%. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum pelanggan memiliki persepsi positif terhadap layanan yang diberikan.

Indikator *Booking & Payment Convenience* memperoleh skor tertinggi (Mean = 4,15; 83,0%), yang mengindikasikan bahwa kemudahan proses pemesanan, variasi metode pembayaran, dan kejelasan konfirmasi menjadi keunggulan utama salon. Indikator *Technical Competence & Creativity* (Mean = 4,11; 82,2%) dan *Responsiveness* (Mean = 4,08; 81,6%) juga menjadi kekuatan kompetitif yang mendukung kepuasan pelanggan. Sementara itu, indikator *Assurance* memperoleh skor terendah (Mean = 3,96; 79,2%), meskipun masih dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan pada aspek kompetensi teknis yang disertai dengan transparansi prosedur sanitasi dan pemberian jaminan layanan yang lebih jelas, guna memperkuat rasa aman dan kepercayaan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa *Ilona Beauty Bar Nail Art* telah mampu memberikan layanan berkualitas tinggi, namun masih terdapat ruang perbaikan pada indikator tertentu untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Adapun saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

(a) Bagi *Ilona Beauty Bar Nail Art* disarankan untuk memperjelas prosedur sanitasi secara transparan melalui komunikasi langsung maupun media informasi agar pelanggan merasa lebih aman terhadap kebersihan dan kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, salon perlu memberikan jaminan hasil layanan yang lebih pasti untuk memperkuat kepercayaan pelanggan. Pembaruan serta pemeliharaan peralatan juga penting dilakukan dengan mengganti atau memutakhirkan alat yang sudah usang agar sesuai dengan perkembangan teknologi terkini. Upaya ini akan mendukung peningkatan kualitas layanan pada dimensi *Tangibles* dan memperkuat kesan profesional yang ditampilkan salon.

(b) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel yang digunakan, seperti menambahkan aspek harga, promosi, maupun loyalitas pelanggan agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, perluasan lokasi dan jumlah responden juga penting dilakukan, misalnya dengan melibatkan lebih banyak salon atau wilayah penelitian yang berbeda, sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antar penyedia jasa kecantikan.

Penelitian mendatang juga diharapkan menggunakan pendekatan metode campuran (mixed methods) dengan menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif. Melalui pendekatan ini, wawancara mendalam atau observasi langsung dapat dilakukan untuk menggali lebih jauh persepsi, harapan, serta pengalaman pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Dengan demikian, hasil penelitian akan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh dan aplikatif bagi peningkatan kualitas layanan di industri kecantikan.

Dengan demikian, pelatihan tata rias wajah harian tidak hanya terbukti memberikan hasil yang signifikan secara kuantitatif, tetapi juga memiliki dampak positif dalam membangun kompetensi kerja yang berkelanjutan dan berorientasi pada kebutuhan dunia kerja modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ilona *Beauty Bar Nail Art* Jepara atas kerja sama dan kesediaannya menjadi objek penelitian, serta kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk memberikan jawaban dan masukan yang berharga. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penelitian ini berlangsung. Tidak lupa, penulis berterima kasih kepada keluarga, sahabat, dan rekan-rekan yang selalu memberikan dukungan moril dan semangat hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kualitas layanan di industri kecantikan, khususnya pada bidang nail art di Jepara dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, N., Wahyuni, R., & Rahmawati, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa kecantikan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 45–56.
- Agustin, R., Santoso, D., & Hidayat, A. (2022). Analisis kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi SERVQUAL pada industri jasa kecantikan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 112–120.
- Alharthey, B. K. (2022). Measuring service quality in beauty salons: An empirical study using SERVQUAL dimensions. *International Journal of Business and Management Research*, 11(4), 65–74.
- Alharthey, A. M., Leong, Y. C., Said, M. F., & Chong, C. W. (2022). Gender's moderating role in employee satisfaction determinants and retention in Saudi Arabia's higher education sector. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 9(8), 19-43.
- Andi, T. P. S. (2017). *Kecantikan sebagai bagian dari penampilan wanita modern*. Yogyakarta: Deepublish Press.
- Elnagar, A. (2024). Service quality evaluation and customer satisfaction in the beauty industry. *Journal of Service Asian Journal of Marketing Research*, 17(1), 27–39.
- Diakses dari <https://www.erha.co.id>
- Erha Clinic Indonesia. (2022). Pertumbuhan industri jasa kecantikan di Indonesia meningkat 20,6 persen sejak 2021.
- Haryanto, T., & Ek, M. (2020). Pengembangan Model Pengukuran Kualitas Layanan Rumah Sakit.
- Jamilah, S., & Kamaruddin, H. (2021). Customer satisfaction analysis using SERVQUAL method in beauty service business. *Asian Journal of Marketing Studies*, 8(2), 88–97.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2011). Peraturan Dirjen Bina Gizi dan Kesehatan Ibu dan Anak Nomor HK.01.01/B1.4/4051/2011 tentang Pedoman Pelayanan Salon Kecantikan. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). (2023). Laporan tahunan subsektor ekonomi kreatif: Fashion dan kosmetik. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kim, S., Park, H., & Lee, J. (2021). The influence of service quality on customer loyalty in beauty salons. *International Journal of Hospitality and Service Management*, 19(2), 50–59.
- Li, X., Elnagar, D., Song, G., & Ghannam, R. (2024, September). Advancing medical education using virtual and augmented reality in low-and middle-income countries: a systematic and critical review. In *Virtual Worlds* (Vol. 3, No. 3, pp. 384-403). MDPI.
- Luturmas, J. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di salon kecantikan Kota Ambon. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 23–31.
- Matar, M., Saeed, F., & Alghamdi, N. (2022). The role of empathy and assurance in beauty service satisfaction. *Journal of*

- Consumer Behavior Studies, 9(3), 75–84.
- Nagara, A. O., & Emaputra, A. (2020) – Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Barbershop dengan Metode SERVQUAL
- Nguyen, T., Pham, L., & Tran, D. (2023). Customer perception of service quality in nail art salons in Southeast Asia.
- Nissa, S. R., & Setyowati, E. (2025). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen terhadap Nail Art Karakter di Rits Beauty Look Semarang. *Beauty and Beauty Health Education*, 14(2), 123-132.
- Purnamasari, W., & Yuliansyah, R. (2020) – Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode SERVQUAL dan Kano
- Renny, A. S. (2023). Analisis tren bisnis kosmetik dan industri kecantikan di era digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(2), 99–108.
- Science and Management, 27(1), 13–22.
- Tonapa, J., Nurcahayani, I., & Dewi, S. (2024) – Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Elegant Salon di Kota Padang
- Yuliana, P., Arifin, Z., & Prasetyo, H. (2025). Evaluasi kualitas layanan salon kecantikan menggunakan metode SERVQUAL. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(1), 58–67.