
PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP CUSTOMER RETENTION PADA SALON CANTIK DI KABUPATEN KARANGASEM

Ni Putu Dian Primantari^{1*}, Afriyeni Afriyeni²

¹Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi pada Universitas Terbuka

²Tutor Manajemen Fakultas Ekonomi dan Dosen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
KBP Padang

* Corresponding Author. E-mail: afriyeni.yen@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel

Diterima : 27-12-2023

Direvisi : 2-1-2024

Dipublish: 5-1-2023

Kata Kunci:

Retensi Pelanggan, Kepuasan
Pelanggan, Salon Kecantikan

Keywords: Customer Retention,
Customer Satisfaction, Beauty Salon

Abstrak

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap customer retention pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem berlatar belakang adanya persaingan ketat antara salon-salon kecantikan yang semakin marak, dan berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan. Karena pelanggan merupakan salah satu komponen utama dalam suatu usaha. Tujuan dilakukannya penelitian yaitu untuk mengevaluasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap customer retention pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem. Deskriptif kuantitatif merupakan metode yang dipilih dalam penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada customer Salon Cantik yang berjumlah 36 sampel. Metode pengambilan sampel adalah purposive sampling, metode ini sengaja memilih partisipan atau sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan untuk tujuan penelitian. Dalam menentukan populasi penelitian

dapat dilihat dari konsumen yang menggunakan jasa Salon Cantik dimulai pada Januari hingga Oktober 2023. Analisis regresi sederhana adalah teknik analisis yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur satu variabel bebas dan hubungannya dengan satu variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis ditunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas atau kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap variabel terikat atau customer retention sebesar 30,2 % sementara untuk variabel lain yang bukan termasuk dalam penelitian merupakan sisanya. Sehingga penelitian ini tergolong positif dan signifikan karena kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap customer retention pada pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem.

Abstract

The effect of customer satisfaction on customer retention at Beauty Salons in Karangasem Regency is based on the background of intense competition between beauty salons that are increasingly widespread, and affect customer loyalty. Because customers are one of the main components in a business. The purpose of this research is to evaluate the effect of customer satisfaction on customer retention at Beauty Salons in Karangasem Regency. Quantitative descriptive is the method chosen in the study by

<https://doi.org/xxxxxx>

distributing questionnaires to customers of Salon Cantik, totalling 36 samples. The sampling method is purposive sampling, this method deliberately selects participants or samples based on certain criteria that are considered relevant for research purposes. In determining the research population, it can be seen from consumers who use Salon Cantik services from January to October 2023. Simple regression analysis is an analytical technique used in research to measure one independent variable and its relationship with one dependent variable. Based on the results of the analysis, it is shown that the effect of the independent variable or customer satisfaction affects the dependent variable or customer retention by 30.2% while for other variables not included in the study is the rest. So that this research is classified as positive and significant because customer satisfaction affects customer retention at the Beautiful Salon.

PENDAHULUAN

Industri salon kecantikan merupakan industri yang sangat kompetitif, dengan banyak pesaing yang menawarkan layanan serupa. Sulitnya dalam menemukan pelanggan baru dapat menjadi sebuah hambatan keberlangsungan suatu bisnis salon kecantikan, apalagi harus memahami karakter pelanggan baru. Maka pentingnya mengetahui kepuasan pelanggan demi mempertahankan atau meningkatkan customer retention (retensi pelanggan). Kepuasan pelanggan atau sering disebut customer satisfaction sudah menjadi hal yang sering ditemukan dalam visi, misi, tujuan organisasi. Oleh karena itu, customer retention merupakan indikator terpenting kepuasan pelanggan (Syah, 2021). Penting untuk mengetahui bahwa salon kecantikan bukan hanya tempat untuk memberikan layanan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan. Ketika produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan dapat memberikan kepuasan maka tercipta pelanggan yang setia (Imran, 2018). Pelanggan dikatakan puas ketika pelanggan telah memperoleh suatu value dari produsen jasa (Amroni, Purbasari, & Aini, 2019). Keterlibatan pelanggan dalam bisnis atau usaha sangat diharapkan karena pelanggan adalah salah satu komponen utama dalam bisnis, berjalan atau tidaknya suatu bisnis sangat dipengaruhi oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai jasa yang disediakan sesuai dengan kebutuhan dan kualitas jasa itu sendiri sehingga menciptakan suatu persepsi maupun kelemahan dan keunggulan jasa (Rifa'i, 2019).

Kaitannya dengan kepuasan pelanggan terhadap customer retention Salon kecantikan yang berada di Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali juga mengalami hal yang sama, dimana maraknya terdapat saingan salon-salon kecantikan yang menawarkan layanan-layanan ataupun tren terbaru. Sehingga hal tersebut menjadi ancaman untuk Salon Cantik. Salon Cantik mulai beroperasi sejak 8 tahun silam tepatnya tahun 2015. Salon Cantik buka dari pukul 09:00 Wita hingga 19:00 Wita dan sampai saat ini Salon Cantik memiliki 4 karyawan wanita. Salon cantik merupakan salah satu salon kecantikan yang menyediakan beranekaragam layanan atau perawatan kecantikan dimulai dari jasa perawatan rambut, wajah, badan hingga ujung kaki. Jasa perawatan rambut meliputi jasa potong rambut, keramas, creambath, Smoothing, Catok, hair color dan hairdo. Jasa layanan kecantikan wajah terdiri dari facial detox atau facial biasa, sulam alir, eyelash, rias wajah baik make up wedding, graduation ataupun make up untuk party. Kemudian layanan perawatan badan antaralain, luluran, massage, dan weksing ketiak dan nail art. Adapun perawatan ujung kaki yaitu manycure padycure, weksing bulu kaki, dan nail art. Harga yang ditawarkanpun terjangkau dimulai dari Rp 15.000 tergantung dengan perawatan yang dipilih. Fasilitas yang disediakan oleh pihak salon cantik salah satunya

<https://doi.org/xxxxxx>

tempat pelanggan menunggu giliran jasa perawatan, ada AC, TV dan air minum untuk pelanggan secara gratis.

Ketika pelanggan merasa puas dengan jasa atau layanan perawatan yang diberikan oleh pihak Salon Cantik maka hal itu akan berkaitan dengan penggunaan jasa kembali atau retensi pelanggan. Retensi pelanggan memiliki banyak manfaat positif bagi bisnis salon kecantikan, pelanggan yang kembali secara teratur menciptakan arus pendapatan yang stabil, membantu meningkatkan reputasi salon, dan cenderung melakukan pembelian tambahan, seperti produk perawatan pribadi atau layanan tambahan bahkan merekomendasikan ke teman-temannya. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat berdampak negatif pada bisnis salon kecantikan. Pelanggan yang tidak puas cenderung mencari alternatif lain dan mereka juga dapat berpotensi memberikan ulasan buruk atau berbicara negatif tentang salon di lingkaran sosial mereka. Menurut (Haryanto & Rizal, 2023) customer retention merupakan salah satu hal utama pada strategi pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan. Adapun definisi untuk menjelaskan meningkatkan retensi pelanggan pada produk antara lain memperpanjang masa pakai produk atau jasa, meningkatkan frekuensi pemakaian produk atau jasa, mengurangi Churn Rate (tingkat pergantian pelanggan) dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dalam salon kecantikan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas layanan, keterampilan stylist, kebersihan salon, waktu tunggu, harga yang wajar, dan pengalaman keseluruhan pelanggan. Memahami faktor-faktor ini dan bagaimana mereka berdampak pada kepuasan pelanggan adalah penting dalam meningkatkan retensi pelanggan. Tren konsumen dalam kecantikan, seperti preferensi produk organik atau perhatian terhadap keberlanjutan, dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan mereka untuk tetap setia pada suatu salon. Dalam konteks ini, salon kecantikan perlu mengikuti perkembangan tren dan menyesuaikan layanan mereka.

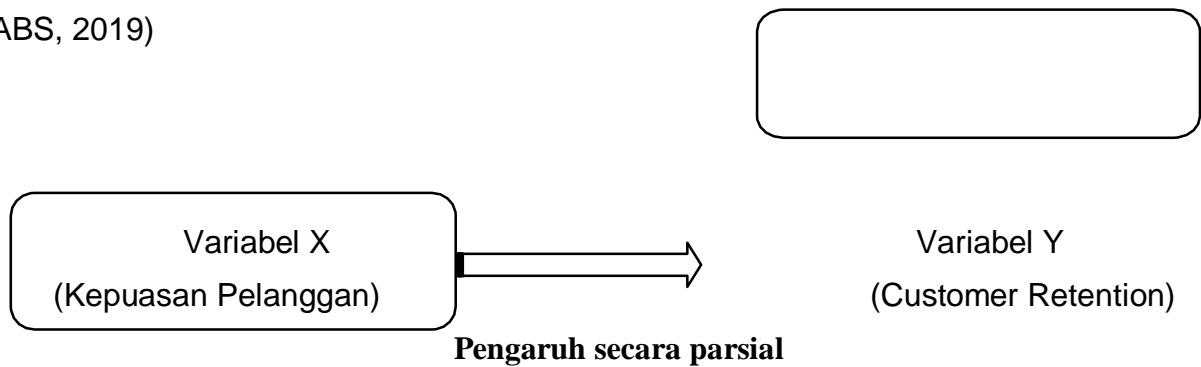
Sebelumnya telah dilakukan penelitian terkait “Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Customer Retention” dan memperoleh hasil bahwa kedua variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan dan positif terhadap customer retention dikarenakan nilai t hitung $>$ t tabel (Mevia, Komariah, & Danial, 2022)

Namun pada karya ilmiah ini hanya menggunakan satu variabel bebas dan satu variabel terikat, yang mana variabel bebas (X) kepuasan pelanggan dan variabel terikat (Y) yaitu Customer Retention. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini” Apakah Kepuasan Pelanggan Berpengaruh terhadap Customer Retention pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem?”. Tujuan dalam penelitian ini, sebenarnya untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap customer retention pada Salon Carik Kabupaten Karangasem. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap customer retention pada salon kecantikan akan memberikan wawasan yang berharga tentang cara salon dapat mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggan mereka. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan, salon dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk

mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menarik pelanggan baru, dan mencapai kesuksesan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Dalam karya ilmiah yang menggunakan satu variabel bebas dan satu variabel terikat maka diterapkanla sebuah konsep dasar yang dijadikan acuan dalam menentukan pengaruh variabel X terhadap

<https://doi.org/xxxxxx>

variabel Y. Dibawah ini disajikan gambar konsep dasar pengaruh variable X dan variable Y (A.P.Wicaksono, Rachma, & ABS, 2019)



H1 merupakan hipotesis dimana kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap *customer retention* pada Salon di Cantik Kabupaten Karangasem. Sebaliknya kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap *customer retention* pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem dapat disimbolkan dengan H0.

METODE

Penelitian terkait “Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap *Customer Retention* pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem” menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif mengarah pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka yang hasilnya obyektif (Abdullah, 2015). Pada karya ilmiah yang mencangkup hubungan antara satu variable bebas dan satu variable terikat bedasarkan perolehan data primer diolah menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Sedangkan dalam mengumpulkan data melalui penyebaran kuisisioner kepada konsumen dan data berasal dari data primer Salon Cantik. Dalam penyebaran kuisisioner dengan pernyataan terkait variable X dan Y masing-masing sejumlah 6 butir dan menggunakan sampel 36 orang konsumen Salon Cantik, yang mana sudah mewakili populasi pengguna jasa Salon Cantik lainnya. Dalam meentukkan populasi pada penelitian dilihat dari konsumen yang menggunakan jasa Salon Cantik dimulai pada Januari hingga Oktober 2023. Menurut (Akbar, Pardede, Sari, Ronaldi, & Halim, 2023) “Kategori yang dipilih menjadi sampel dari penelitian adalah konsumen yang menggunakan jasa salon kecantikan lebih dari 3 kali dalam jenjang waktu tertentu, hal ini menunjukkan konsumen mampu menilai kepuasan terhadap jasa yang ditawarkan oleh salon tersebut”. Penentuan sampel tersebut sesuai tujuan khusus yang bedasarkan suatu pertimbangan terkait penelitian atau disebut dengan istilah *purposive sampling* (Sugiyono, 2016). Adapun skala penilain yang digunakan dalam memberikan skor pada kuisisioner adalah Skala Likert dengan 5 kategori penilaian, sebagai berikut:

Tabel 1: Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral(N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

<https://doi.org/xxxxxx>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam karya ilmiah yang disusun dengan judul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Customer Retention pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem” akan dibahas menggunakan metode analisis regresi linier sederhana, yang mana data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner akan menampilkan *descriptive Statistics* di uji validitas, reliabilitas, uji normalitas dan uji t (parsial) atau uji hipotesis. Berikut disajikan tabel Statistika Deskriptif:

Tabel 2: Statistika Deskriptif

Kategori	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Pelanggan	36	23	30	26.75	2.103
Customer Retention	36	23	30	26.67	2.125
Valid N (<i>listwise</i>)	36				

Sumber: Data diolah

Tabel 2 diatas menjelaskan bahwa sampel atau responden berjumlah 36 dengan skor *minimum* pada variabel X (Kepuasan Pelanggan) yaitu 23, skor *maximum* adalah 30 dan dan *mean* atau rata-ratanya 26,75. Sedangkan pada pada variabel Y (*Customer Retention*) skor *minimum* yaitu 23, skor *maximum* adalah 30 dan dan *mean* atau rata-ratanya 26,67. Standar deviasi kepuasan pelanggan dan *customer retention* masing-masing 2,103 dan 2,125. Selanjutnya disajikan tabel hasil uji validitas.

Tabel 3: Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Hasil
Variabel X (Kepuasan Pelanggan)	X.1	0,728	0,3291	Valid
	X.2	0,682	0,3291	Valid
	X.3	0,700	0,3291	Valid
	X.4	0,798	0,3291	Valid
	X.5	0,495	0,3291	Valid
	X.6	0,741	0,3291	Valid
Variabel Y (<i>Customer Relationship</i>)	Y.1	0,682	0,3291	Valid
	Y.2	0,553	0,3291	Valid
	Y.3	0,605	0,3291	Valid
	Y.4	0,672	0,3291	Valid
	Y.5	0,602	0,3291	Valid
	Y.6	0,807	0,3291	Valid

Sumber: Data diolah

Berdasarkan uji validitas variable X dan variable Y seperti tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki item yang valid dikarenakan r hitung > r tabel. Dimana jenis pengujian yang digunakan adalah dua arah dengan taraf signifikansi (α) 5 % = 0,05 sehingga r tabelnya = 0,3291. Ketika pengujian validitas suah berhasil

<https://doi.org/xxxxxx>

atau valid, maka dilakukan pengujian selanjutnya dengan menggunakan data yang dihasilkan. Di bawah ini ditampilkan tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Koefisien Alpha	Hasil
Variabel X (Kepuasan Pelanggan)	0,781	0,60	Reliabel
Variabel Y (Customer Retention)	0,716	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah

Dalam menentukan reliabelnya suatu pernyataan atau pertanyaan dalam kuisisioner jika Cronbach Alpha seluruh variable X dan Y yang diperoleh di atas standar koefisien alpha yaitu 0,60 seperti pada table diatas bahwa *Cronbach,Alpha* variabel X = 0,624 > 0,60 dan variable Y = 0,615 > 0,60. Hal tersebut menunjukkan penilaian responden terhadap pernyataan dalam kuisisioner tergolong stabil. Berikut akan disajikan tabel mengenai uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*,

Tabel 4 : *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual	
N		36	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.77447606	
Most Extreme Differences	Absolute	.123	
	Positive	.123	
	Negative	-.066	
Test Statistic		.123	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.186	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.174	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.164
		Upper Bound	.184
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Berdasarkan tabel di atas hasil uji dapat dilihat dari signifikan asumsi 0,186 > 0,05, yang mana menunjukkan data responden berdistribusi normal. Berdistribusi normal dalam hal ini maksudnya bahwa kuisisioner. Berikutnya ditampilkan hasil regresi linier sederhana yaitu tabel model summary.

Tabel 6: Model Summary

<https://doi.org/xxxxxx>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.550 ^a	.302	.282	1.800
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan				

Tabel 5 menunjukkan kolerasi R sebesar 0,550 dan diperoleh koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,302 yang kata lain dapat dijelaskan antara kepuasan pelanggan dan *customer retention* memiliki pengaruh 30,2% dan sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak ada dalam penelitian. Di bawah ini ditampilkan tabel *Coefficients*.

Tabel 7: *Coefficients*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.801	3.883		3.039	.005
	Kepuasan Pelanggan	.556	.145	.550	3.840	<.001
a. Dependent Variable: Customer Retention						

Diketahui nilai constant sebesar 11,801 sedangkan nilai kepuasan pelanggann atau koefisien regresi sebesar 0,556, maka persamaannya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta x$$

$$= 11,801 + 0,556x$$

Nilai konstanta α menunjukkan sebesar 11,801, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel bebas (nilai X adalah 0) maka nilai variabel terikat (Y) sebesar 11,801. Kemudian nilai koefisien regresi variabel X adalah 0, 556 bernilai positif. Sehingga setiap penambahan 1 satuan nilai kepuasan pelanggan akan diikuti juga peningkatan nilai *customer retention* sebesar 0,556 satuan.

Uji t dapat diterapkan dalam menganalisis pengaruh parsial dari variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel *customer retention*. Adapun syarat hipotesis diterima ataupun ditolak tergantung nilai signifikansi, nilai probabilitas, t hitung dan t tabel. Karena dalam analisis ini menggunakan nilai probabilitas 0,05 maka, ketika nilai signifikan < 0,05 artinya H1 disetujui, sebaliknya H1 tidak disetujui atau ditolak jika nilai signifikansi > 0,05. Kemudian selain menggunakan pembandingan antara nilai signifikansi dan probabilitas maka dapat juga menggunakan t hitung dan t tabel. Apabila t hitung > t

<https://doi.org/xxxxxx>

tabel, artinya H_1 diterima sementara apabila t hitung $< t$ tabel, maka H_1 ditolak. Dalam mencari t tabel digunakan rumus:

$$\begin{aligned}t &= \alpha/2; n-k-1 \\ &= 0,05 / 2; 26-1-1 \\ &= 0,025 ; 34 \text{ (lihat pada distribusi } t \text{ tabel)} \\ &= 2,032\end{aligned}$$

Melalui tabel *Coefficients* juga akan dilakukan uji t (parsial) terhadap hipotesis pertama (H_1). Dimana signifikansi parsial variabel X terhadap Y sebesar 0,001 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung 3,840 lebih besar dari 2,032, hal ini menunjukkan H_1 disetujui atau diterima karena adanya pengaruh kepuasan pelanggan X terhadap *customer retention* Y pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem.

Bedasarkan analisis regresi linier sederhana yang sudah dilakukan dan nilai perolehan beberapa uji diatas maka akan dilakukan pembahasan terkait pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *customer retention* pada Salon Cantik yang berada di Kabupaten Karangasem. Analisis regresi linier sederhana tersebut menjelaskan pengaruh positif dan signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap terhadap *customer retention* pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem. Meningkatnya kepuasan pelanggan seiring dengan penggunaan kembali jasa atau meningkatnya *customer retention*. Kepuasan pelanggan tersebut dapat disebabkan ketika pelayanan atau servis yang diberikan pihak Salon Cantik sesuai harapan pelanggan begitupun dengan harga terjangkau serta fasilitas yang membuat pelanggan nyaman dan betah ketika berkunjung ke Salo Catik. Seperti yang dapat diliha bahwa dalam penelitian menunjukkan 30,2% pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *customer retention* sedangkan 60,8% merupakan sisa variabel yang tidak ada dalam penelitian.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas dengan penyebaran kuisisioner kepada 36 orang pelanggan Salon Cantik yang terletak di Kabupaten Karangasem yang dijadikan sampel karena telah menggunakan jasa Salon Cantik lebih dari 3 kali dimulai dari bulan Januari hingga Oktober 2023. Analisis regresi linier sederhana adalah teknik analisis yang digunakan dalam penelitian melalui beberapa pengujian seperti uji validitas, reliabilitas, normalitas dan uji t (parsial). Perolehan hasilnya terlihat ketika pengaruh variabel bebas atau kepuasan pelanggan terhadap variabel terikat atau *customer retention* adalah 30,2 % dan variabel lain yang tidak ada dalam penelitian merupakan sisanya. H_1 disetujui karena adanya pengaruh kepuasan pelanggan X terhadap *customer retention* Y pada Salon Cantik di Kabupaten Karangasem. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil dari nilai signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,840 > 2,032$.

Adapun saran yang berkaitan dengan karya ilmiah ini, yakni semoga karya ilmiah ini dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi para akademisi dalam ilmu pemasaran, disarankan juga menggunakan lebih dari satu variabel bebas agar memungkinkan peneliti untuk mengontrol pengaruh variabel lain yang dapat memengaruhi hasil dalam membantu

<https://doi.org/xxxxxx>

dalam meningkatkan validitas internal penelitian. Kemudian saran ditunjukkan untuk Salon Cantik di Kabupaten Karangasem agar karya ilmiah ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk menambah kepuasan pelanggan terhadap customer retention.

DAFTAR PUSTAKA

- A.P.Wicaksono, Rachma, N., & ABS, M. K. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan di Toko Distortion Merch Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(18).
- Abdullah, M. (2015). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Akbar, Y. R., Pardede, R., Sari, M., Ronaldi, A., & Halim, A. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Salon (Studi Kasus Pada Berlin Salon Pekanbaru). *Jurnal Pusat Akses Kajian Manajemen*, 3, 16-20.
- Amroni, Purbasari, D. M., & Aini, N. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang (Rebuying). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Industri (EBI)*, 1(1), 64-70.
- Haryanto, T., & Rizal, M. (2023). *Manajemen Hubungan Pelanggan Mengelola dan Mengwujudkan Bisnis yang Berkelanjutan*. Purwokerto: UM Purwokerto Press.
- Imran, M. I. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 50-64.
- Mevia, Y., Komariah, K., & Danial, R. D. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Customer Retention. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2115-2119.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Syah, A. (2021). *Manajemen pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Widina Bhakti persada Bandung.