

Strategi Salon Hillary Dalam Mempertahankan Kualitas Treatment Di Tengah Persaingan Industri Kecantikan

Fifi Inca Andriyani, Jumriah Basri[✉]

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka

²Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

DOI: <https://doi.org/10.61912/jubir>

Abstrak

Salon Hillary merupakan salah satu tempat treatment yang terlatak di kota Rembang. Di tengah maraknya bisnis kecantikan di area Rembang, Salon Hillary berupaya untuk mempertahankan kualitas treatment di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi apa yang digunakan Salon Hillary dalam mempertahankan kualitas treatmentnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan perndekatan diskriptif. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data melalui wawancara diperoleh dari pemilik salon, karyawan, dan pelanggan. Pengumpulan data memalui obeservasi dilakukan peneliti melalui pengamatan mengenai proses pelayanan, serta dokumentasi kegiatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Salon Hillary menerapkan strategi dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan rutin, penggunaan produk yang premium sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal, serta menerapkan sistem pelayanan berbasis kepuasan pelanggan treatment. Selain itu, Salon Hillary menggunakan strategi promosi di berbagai media sosial sehingga dapat menjangkau khalayak umum untuk mengenal Salon Hillary. Dengan menerapkan strategi ini Salon Hillary dapat bertahan dan bekembang di tengah persaingan industri kecantikan.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan, Salon Kecantikan, Persaingan Industri, Kualitas Treatment, Loyalitas Pelanggan

Abstract

Hillary Salon is a treatment facility located in Rembang. Amidst the booming beauty industry in the Rembang area, Hillary Salon strives to maintain the quality of its treatments amidst the increasingly competitive beauty industry. This study aims to identify and analyze the strategies used by Hillary Salon to maintain the quality of its treatments. This study employed a qualitative research method with a descriptive approach. Data were obtained through observation, interviews, and customers. Data were collected through interviews with the salon owner, employees, and customers. Data were collected through observation of the service process and documentation of activities. The results show that Hillary Salon implements strategies to improve the quality of its human resources through regular training, the use of premium products to achieve maximum results, and a service system based on customer satisfaction. Furthermore, Hillary Salon utilizes promotional strategies on various social media platforms to reach the general public and introduce Hillary Salon. By implementing these strategies, Hillary Salon can survive and thrive in the competitive beauty industry.

Keywords: Service Strategy, Beauty Salon, Industry Competition, Treatment Quality, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Industri kecantikan di Indonesia menunjukkan sebuah peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun belakangan ini. Dalam sektor kosmetik maupun sebuah layanan treatment kecantikan tumbuh cukup pesat seiring meningkatnya permintaan konsumen. Data pasar menunjukkan pertumbuhan industri kecantikan yang ada di Indonesia dengan kenaikan pendapatan dan ekspansi segmen skincare maupun layanan treatment yang terus berkembang.

Industri kecantikan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap penampilan dan gaya hidup sehat. Menurut data dari Kementerian Perindustrian (2023), sektor jasa kecantikan tumbuh sekitar 7-9% per tahun. Pertumbuhan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat, terutama di segmen salon kecantikan. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mampu berinovasi dan menjaga standar kualitas layanan agar dapat mempertahankan posisi di pasar.

Di tengah kondisi tersebut, salon yang ada di Indonesia menghadapi berbagai persaingan yang semakin ketat. Tidak hanya itu, pada saat ini persaingan bukan hanya dari sesama salon. Akan tetapi persaingan ini muncul dari klinik kecantikan maupun layanan home treatment yang lumayan berkembang pada saat ini. Untuk bertahan dan berkembang salon harus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang menjadi determinan utama kepuasan dan loyalitas pelanggan pada layanan treatment kecantikan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang strategi bisnis jasa dan manajemen kualitas pelayanan. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengkaji strategi peningkatan kualitas layanan di sektor industri kecantikan.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen Salon Hillary dalam mengevaluasi dan mengembangkan strategi pelayanan agar lebih efektif dan kompetitif. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan inspirasi bagi pelaku usaha salon kecantikan lainnya dalam merancang strategi bisnis yang berfokus pada peningkatan kualitas treatment dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menjadi penting karena kualitas layanan yang terjaga secara konsisten dan dapat menjadi keunggulan kompetitif (competitive advantage) yang sulit ditiru pesaing (Porter, 1985). Dengan memahami strategi Salon Hillary dalam mempertahankan kualitas treatment, dan diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan gambaran yang nyata tentang praktik manajemen layanan kecantikan yang efektif di era persaingan modern.

Berdasarkan teori-teori di atas, penelitian ini berfokus pada hubungan antara strategi bisnis dan kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri kecantikan. Strategi yang tepat akan menghasilkan kualitas treatment yang unggul, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap Salon Hillary.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode diskriptif. Pendekatan ini dipilih karena pada penelitian ini berfokus pada pemahaman yang mendalam terhadap strategi yang diterapkan oleh Salon Hillry dalam mempertahankan kualitas treatment, bukan pada pengukuran angka maupun statistik. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diteliti.

Menurut Sugiono (2022), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan melalui deskripsi yang mendalam. Pada pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali secara rinci bagaimana strategi pelayanan dijalankan, faktor-faktor pendukung maupun penghambatnya, serta persepsi pelanggan mengenai kualitas treatment di Salon Hillary.

Penelitian ini dilakukan di Salon Hillary, yang berlokasi di kota Rembang. Lokasi ini dipilih karena Salon Hillary merupakan salon yang beroperasi cukup lama dari tahun 1995 yang masih bertahan sampai sekarang dan memiliki reputasi yang baik di kalangan pelanggan tetap. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung pada bulan Oktober 2025, menyesuaikan dengan jadwal observasi dan ketersediaan informa-

Objek penelitian ini adalah strategi Salon Hillary dalam mempertahankan kualitas treatment yang mencangkup beberapa aspek yaitu manajemen layanan, standar operasional, pelatihan karyawan, dan upaya owner dalam menjaga kepuasan pelanggan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ‘Strategi Salon Hillary dalam Mempertahankan Kualitas Treatment di Tengah Persaingan Industri Kecantikan’ meliputi:

- Wawancara

Wawancara ini dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat memperoleh informasi yang mendalam mengenai strategi yang dilakukan Salon Hillary namun tetap fokus pada topik penelitian. Pertanyaan yang diajukan mencakup strategi menjaga kualitas treatment, pengawasan layanan, serta upaya mempertahankan loyalitas pelanggan.

- Observasi

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap kegiatan pelayanan yang ada di Salon Hillary, seperti proses treatment, interaksi antara staf dengan pelanggan, serta penerapan standar kebersihan serta kenyamanan yang ada.

- Dokumentasi

Mengumpulkan data pendukung berupa foto, brosur, laporan promosi, atau dokumen lain yang mendukung kegiatan penelitian pada Salon Hillary.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman (1994) yang terdiri dari tiga tahap utama, yaitu:

- Reduksi data (data reduction): menyortir dan merangkum data hasil wawancara dan observasi sesuai dengan fokus penelitian

- Penyajian data (data display): menyusun data dalam bentuk narasi atau tabel agar lebih mudah dipahami.

- Penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing/verification): menginterpretasikan temuan untuk menghasilkan kesimpulan tentang strategi yang dilakukan Salon Hillary.

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang kredibel dan dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salon Hillary sebagai salah satu salon yang beropersi di kota Rembang dengan pesaingan yang tinggi dan menghadapi tantangan untuk mempertahankan konsistensi kualitas layanan di tengah banyaknya pesaing yang menawarkan jasa dengan harga kompetitif dan inovasi baru. Menurut Hidayati (2011) keberhasilan usaha salon kecantikan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan strategi manajemen yang diterapkan secara konsisten. Oleh karena itu, diperlukan sebuah strategi yang tepat untuk menjaga standar kualitas treatment melalui sebuah peningkatan kompetensi karyawan, pemilihan produk yang berkualitas, inovasi pelayanan, dan pengelolaan hubungan antara pelanggan dan karyawan.

Salon Hillary ini telah berdiri sejak tahun 1995, dan dikenal dengan pelayanan yang ramah. Salon ini telah memiliki pelanggan tetap dari berbagai kalangan, terutama diusia Perempuan produktif. Di tengah meningkatnya jumlah salon baru dengan berbagai inovasi, Salon Hillary tetap mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan melalui kualitas treatment yang konsisten, serta penggunaan produk-produk perawatan berkualitas tinggi.

Jenis layanan yang ditawarkan antara lain perawatan rambut, facial, body spa, dan perawatan kulit wajah. Selain itu, Salon Hillary juga menerapkan sistem pelayanan berbasis customer appointment untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Pada sistem appointment memudahkan pelanggan yang memiliki waktu terbatas sehingga dengan sistem ini pelanggan dapat mempersingkat waktu.

Dalam situasi persaingan ini, kualitas treatment menjadi faktor utama penentu keberhasilan suatu salon. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam model servqual, kualitas layanan diukur melalui lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kualitas yang baik tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan, akan tetapi hal ini juga dapat membangun sebuah loyalitas dan citra positif bagi perusahaan. Menurut Kusumadewi (2013) peningkatan kualitas layanan, baik dari segi interaksi dengan pelanggan, kondisi lingkungan fisik, maupun hasil layanan, berkontribusi secara signifikan terhadap meningkatnya loyalitas pelanggan. Menurut Henry G. Piri (2013) kualitas pelayanan di salon kecantikan menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, karena pelayanan yang baik dapat membentuk persepsi positif terhadap salon. Menurut Haryono (2018), profesionalisme seorang customer service tercermin dari sikap empati dan kemampuannya dalam membangun hubungan positif dengan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2019), kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk orientasi pasar, strategi pelayanan, serta kemampuan organisasi dalam mengelola ekspektasi dan hubungan dengan pelanggan.

1. Karakteristik Responden

Tabel 1 Hasil Data Karakteristik Responden

| Karakteristik | Kategori | Jumlah | Presentasi |
|---------------|-------------|--------|------------|
| Usia | 17-25 tahun | 21 | 42% |
| | 26-35 tahun | 18 | 36% |
| | > 35 tahun | 11 | 22% |

| | | | |
|---------------------------------------|------------------|----|-----|
| Frekuensi kunjungan | 1x per bulan | 27 | 54% |
| | 2-3x per bulan | 14 | 28% |
| | > 3x per bulan | 9 | 18% |
| Jenis layanan paling sering digunakan | Hair treatment | 28 | 56% |
| | Facial Treatment | 12 | 24% |
| | Body care | 6 | 12% |
| | Paket perawatan | 4 | 8% |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

2. Data Kepuasan terhadap Kualitas Treatment

Tabel 2 Responden diminta menilai kualitas treatment menggunakan skala Likert (1-5)

| Indikator Kualitas | Rata-Rata Nilai | Kategori |
|--------------------------------|-----------------|-------------|
| Keterampilan terapis | 4,48 | Sangat baik |
| Kebersihan alat dan ruangan | 4,52 | Sangat baik |
| Ketepatan pelaksanaan SOP | 4,33 | Baik |
| Kualitas produk yang digunakan | 4,40 | Baik |
| Hasil treatment sesuai harapan | 4,36 | Baik |
| Kepuasan keseluruhan | 4,46 | Sangat baik |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Sebanyak 88% responden pelanggan menyatakan bahwa hasil treatment di Salon Hillary sesuai dengan harapan mereka dan 74% bersedia Kembali melakukan treatment. Hal ini terutama karena:

- Proses treatment dilakukan oleh tenaga profesional yang telah berpengalaman, sehingga hasil yang didapatkan memuaskan dan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- Penggunaan produk perawatan berkualitas dan aman untuk kulit serta rambut. Penggunaan produk yang berkualitas dapat mempengaruhi hasil treatment yang didapat.
- Standar kebersihan peralatan dan ruang perawatan yang terjaga dengan baik, dengan adanya lingkungan yang bersih dan ruang perawatan yang terjaga dengan baik pelanggan akan nyaman melakukan treatment yang ada di Salon Hillary

3. Penilaian Pelanggan terhadap Strategi Pelayanan

Tabel 3 Penilaian Pelanggan terhadap Strategi Pelayanan

| Pernyataan | Setuju+Sangat Setuju | Netral | Tidak Setuju |
|---|----------------------|--------|--------------|
| Karyawan bersikap ramah dan professional | 90% | 8% | 2% |
| Salon memberikan konsultasi sebelum treatment | 84% | 12% | 4% |
| Salon menawarkan inovasi layanan | 76% | 16% | 8% |
| Harga sesuai kualitas | 70% | 22% | 8% |
| Pelayanan cepat dan responsif | 82% | 14% | 4% |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Pembahasan

1. Sikap dan Pelayanan Karyawan

Sebagian besar pelanggan menilai staf Salon Hillary memiliki sikap yang ramah, serta komunikatif, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan merasa nyaman karena staf selalu memberikan penjelasan tentang prosedur treatment dan produk yang digunakan.

2. Kenyamanan dan Fasilitas

Pelanggan juga menilai suasana yang ada salon bersih, harum, dan nyaman menjadi salah satu faktor yang menambah kepuasan pelanggan. Desain interior yang modern serta ruang tunggu yang tertata baik dan nyaman menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

3. Harga dan Nilai yang Dirasakan

Harga treatment di Salon Hillary relatif lebih tinggi dibanding beberapa salon lain di sekitarnya, pelanggan menilai harga tersebut sepadan dengan kualitas layanan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih menghargai kualitas dan hasil dibandingkan harga semata yang ditawarkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di Salon Hillary tergolong tinggi, yang berarti strategi pelayanan yang diterapkan telah efektif dalam mempertahankan kualitas treatment di tengah persaingan industri kecantikan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas layanan yang baik ditentukan oleh lima dimensi utama, yaitu:

- Tangibles (bukti fisik) – terlihat dari kebersihan salon, peralatan modern, dan tampilan karyawan yang rapi.
- Reliability (keandalan) – konsistensi hasil treatment yang sesuai dengan janji.
- Responsiveness – kecepatan dan kesigapan staf dalam melayani pelanggan.
- Assurance – rasa percaya pelanggan terhadap keahlian staf dan keamanan produk.
- Empathy – perhatian pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

Pada dimensi tersebut terbukti diterapkan secara konsisten oleh Salon Hillary, yang berdampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Tambayong (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan salon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan untuk melakukan kunjungan ulang. Budaya Syofyan (2019) menegaskan bahwa sebuah konsistensi pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, keberhasilan Salon Hillary mempertahankan pelanggan menunjukkan bahwa strategi fokus pada service quality differentiation efektif dalam membangun keunggulan kompetitif.

Selain itu, penerapan pelatihan berkala bagi karyawan, pengawasan mutu layanan, serta komunikasi aktif dengan pelanggan melalui media sosial juga menjadi faktor pendukung penting. Upaya-upaya tersebut mencerminkan penerapan strategi customer relationship management (CRM) untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, strategi utama yang digunakan Salon Hillary dalam menjaga kepuasan pelanggan meliputi:

1. Pelatihan dan Pengembangan SDM

Salon Hillary secara rutin memberikan pelatihan internal maupun eksternal kepada karyawan. Pelatihan meliputi teknik perawatan terbaru, penggunaan alat dan produk modern, serta peningkatan keterampilan komunikasi. Menurut pemilik salon, peningkatan kompetensi SDM menjadi faktor penting untuk menjaga standar

pelayanan yang konsisten dan profesional. Hal ini selaras dengan Hidayati (2011) yang menegaskan bahwa suatu keberhasilan salon itu bergantung pada kompetensi yang dimiliki oleh tenaga kerja.

Hal ini sejalan dengan pendapat Lupiyoadi (2014), yang menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia dalam bisnis jasa memiliki peranan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.

2. Pemilihan Produk Berkualitas dan Aman

Dalam setiap treatment, Salon Hillary hanya menggunakan produk yang memiliki sertifikasi resmi dan terbukti aman bagi kulit maupun rambut pelanggan. Pemilihan produk dilakukan secara selektif agar hasil treatment optimal dan meminimalkan risiko efek samping. Penggunaan produk berkualitas juga menjadi strategi diferensiasi yang membedakan Salon Hillary dari salon lain yang menawarkan harga lebih murah namun dengan kualitas produk rendah.

3. Penerapan Standar Operasional Pelayanan (SOP)

Salon Hillary memiliki SOP yang jelas untuk setiap jenis layanan, mulai dari prosedur konsultasi pelanggan, tahap treatment, hingga pelayanan purna jual. SOP tersebut diterapkan agar setiap pelanggan mendapatkan pengalaman pelayanan yang sama dan berkualitas. Penerapan SOP juga membantu menjaga efisiensi waktu serta meningkatkan profesionalisme karyawan. Setiap beautician wajib mengikuti SOP untuk menjaga keseragaman kualitas, sebagaimana ditegaskan oleh Wijaya (2011) mengenai pentingnya control mutu.

4. Pemanfaatan Media Sosial dan Digital Marketing

Untuk memperluas jangkauan pasar dan menjaga hubungan dengan pelanggan, Salon Hillary aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Melalui konten edukatif dan promosi rutin, salon ini berhasil membangun citra positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi digital marketing ini terbukti efektif dalam menarik pelanggan baru, khususnya dari kalangan milenial dan Gen Z.

Menurut Kotler dan Keller (2016), komunikasi pemasaran yang konsisten melalui media digital mampu memperkuat hubungan emosional antara merek dan konsumen, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan.

5. Pemberian Layanan Personal dan After Service

Salah satu kekuatan utama Salon Hillary adalah pendekatan personal terhadap pelanggan. Terapis salon selalu memberikan konsultasi sebelum treatment dan memastikan hasilnya sesuai harapan. Setelah pelayanan, pelanggan juga mendapatkan rekomendasi perawatan lanjutan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Strategi ini menciptakan pengalaman positif yang berdampak langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

6. Modernisasi

Salon melakukan pembaruan alat yang digunakan untuk treatment, memastikan alat yang digunakan untuk treatment tetap bersih, dan menjaga kenyamanan ruangan menurut Widiana dkk. (2013)

Dalam penelitian yang dilakukan Dewi, Sukardi, Djohar (2018), usaha salon perlu menerapkan strategi intesif seperti:

- Pengembangan layanan
- Peningkatan fasilitas fisik
- Penguatan mengenai identitas brand

- Penetrasi pasar

Keberhasilan strategi yang digunakan Salon Hillary juga terdapat faktor pendukung maupun faktor penghambat yang mampu mempengaruhi hasil tersebut, berikut faktor yang dapat mempengaruhi strategi Salon Hillary:

Faktor Pendukung:

- Dukungan manajemen yang konsisten dalam menjaga standar kualitas.
- Karyawan yang kompeten dan memiliki etos kerja tinggi.
- Hubungan baik dengan pemasok produk kecantikan berkualitas.
- Promosi digital yang efektif dalam menjangkau pelanggan baru.

Faktor Penghambat:

- Persaingan harga dari salon lain yang menawarkan layanan serupa dengan biaya lebih rendah.
- Perubahan tren kecantikan yang cepat, menuntut inovasi berkelanjutan.
- Keterbatasan sumber daya untuk memperluas cabang atau layanan.
- Ekspetasi pelanggan yang semakin tinggi.
- Perkembangan media social sebagai alat promosi pesaing.

Upaya manajemen yang dilakukan Salon Hillary dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan

- Menyediakan sebuah layanan mengenai konsultasi kecantikan agar pelanggan merasa diperhatikan
- Adanya program membership, voucher, dan reward untuk meningkatkan loyalitas pelanggan
- Mengadakan program evaluasi dan survei rutin untuk menjaga kualitas layanan Piri (2013)
- Meningkatkan etika pelayanan, selaras dengan Wahyudi (2013) mengenai beauty manner
- Mengadakan promosi diberbagai platform digital mengenai berbagai macam treatment yang ada di Salon Hillary

Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa sebagian besar merasa puas dengan hasil treatment dan pelayanan yang diberikan. Faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah keramahan staf, kualitas hasil treatment, serta kenyamanan tempat. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan kunjungan berulang dan merekomendasikan Salon Hillary kepada orang lain.

Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL oleh Parasuraman et al. (1988), yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Salon Hillary mampu mempertahankan kualitas treatment di tengah persaingan melalui peningkatan mutu pelayanan, profesionalisme SDM, dan penggunaan produk berkualitas sehingga mayoritas pelanggan merasa puas atas pelayanan yang ramah, hasil perawatan yang memuaskan, serta kebersihan dan kenyamanan salon. Strategi yang dilakukan meliputi pelatihan rutin, quality control, pemilihan produk aman, inovasi layanan, umpan balik pelanggan, serta program loyalitas dengan dukungan komitmen manajemen dan kedekatan dengan pelanggan, meskipun dihadapkan pada tingginya

biaya operasional dan persaingan harga. Secara keseluruhan, strategi tersebut efektif menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan, dengan saran agar Salon Hillary terus berinovasi dan mengevaluasi SOP, pelaku usaha lain dapat menjadikannya contoh pengelolaan kualitas, dan penelitian selanjutnya memperluas objek serta menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif.

Referensi :

- Budaya, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Salon Feri Pelaminan . Jurnal Administrasi Nusantara , 1-19.
- Budi Haryono, P. (2018). How to Be a Professional Customer Service Duplicate. Yogyakarta: Penerbit Andi .
- Chandra, F. T. (2019). Sevice, Quality dan Customer Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset (Penerbit Andi).
- Indonesia, K. P. (2023). Laporan Tahunan Sektor Industri Kecantikan di Indonesia 2023. Jakarta : Kemenperin.
- Kotler, P. &. (2016). Merketing Management. Pearson Education Limited.
- Kusumadewi, I. (2013). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Dinda Salon & Spa Malang)/ .
- Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi . Jakarta : Salemba Empat.
- Miles, M. B. (1994). Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook . California: SAGE Poubllications.
- Nawangwulan, R. D. (2018). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Salon XYZ. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen , 365-365.
- Parasuraman, A. Z. (1988). SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing , 12-40.
- Piri, H. G. (2013). Kualitas Pelayanan Jasa Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Steiner Salon Manado. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, (4).
- Porter, M. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance . New York: Free Press.
- Sri Hidayati, M. (2018). Sukses Usaha Salon Kecantikan. Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama) Yogyakarta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tambayong, M. M. (2022). The Impact of Service Quality Attributes of Beauty Parlors on Customer Satisfaction and Loyalty in Indonesia. International Journal of Business and Management Studies.
- Wahyudi, S. (2013). Beauty Manner In Beauty Business. Gramedia Pustaka Utama .
- Wijaya, T. (2011). Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta: Jakarta Indeks .
- Wine Widiana, M. H. (2013). Tingkat Kepuasan Pelanggan dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Salon Kecantikan Keraton di Tangerang . Jurnal Manajeman Pengembangan Industri Kecil Menengah , 88-89.