



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 2784-2791

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Analisis Pengaruh Kualitas Kinerja Karyawan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Toko Anty Shop28 di Makassar

Femina Pattola, Baharuddin, Kordiana Sambara<sup>\*</sup>

Departemen, Fakultas, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia Paulus

[feminamina11@gmail.com](mailto:feminamina11@gmail.com), [ksambara86@gmail.com](mailto:ksambara86@gmail.com), [baharuddin@ukipaulus.ac.id](mailto:baharuddin@ukipaulus.ac.id)

### Abstrak

*This study aims to examine the effect of employee performance quality on customer satisfaction at Anty Shop28 Cosmetics in Makassar. The research employs a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 91 respondents who are customers of Anty Shop28 Cosmetics. The independent variable in this study is employee performance quality, while the dependent variable is customer satisfaction. Data were analyzed using Pearson correlation analysis, coefficient of determination, and partial hypothesis testing (t-test). The results indicate that employee performance quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. This is evidenced by a significance value of 0.001, which is lower than the significance level of 0.05. The Adjusted R Square value of 0.711 suggests that 71.1% of the variation in customer satisfaction is explained by employee performance quality, while the remaining 28.9% is influenced by other factors not examined in this study. Furthermore, the t-test results show a t-value of 14.688, which exceeds the t-table value of 1.961, indicating that the proposed hypothesis is accepted. In conclusion, higher employee performance quality leads to higher levels of customer satisfaction. This study recommends that Anty Shop28 Cosmetics continuously improve employee performance through service training, discipline, effective communication, and accuracy in order to enhance customer satisfaction and maintain competitiveness in the cosmetic retail industry.*

*Keywords: Employee Performance, Service Quality, Cosmetic Store Customer Satisfaction*

### 1. Latar Belakang

Pada perkembangan dunia bisnis di era zaman sekarang mampu memberi dampak yang cukup signifikan bagi para pelaku usaha. Termasuk dalam Industri kecantikan khususnya di bidang kosmetik di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap penampilan dan perawatan diri hal ini baik untuk meningkatkan penampilan dan juga digunakan sebagai alat ekspresi diri. Toko kosmetik menjadi salah satu tempat utama bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan produk kecantikan. Di tengah persaingan yang semakin ketat, para pemilik usaha dituntut untuk menghadirkan produk kecantikan yang tidak hanya menarik, tetapi juga, aman, halal, dan sesuai dengan kebutuhan kulit konsumen. Keberlangsungan dan kesuksesan sebuah tokoh kosmetik sangat bergantung pada kualitas kinerja karyawan yang baik dalam mempertahankan pelanggan serta membangun loyalitas mereka. Oleh karena itu, kepuasan konsumen merupakan komponen yang sangat penting yang tidak bisa diabaikan untuk memenangkan persaingan pasar. (Ramadhanti et al., 2024)

Kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan perusahaan di era bisnis yang kompetitif (Sahari & Kusumaningtyas, 2024) Pelanggan yang puas tidak hanya menjadi pelanggan yang setia, tetapi juga menjadi duta efektif yang baik, untuk merekomendasikan dan memberi saran kepada orang lain, dan mendukung pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, dunia bisnis, termasuk Anty Shop28 Cosmetic di Makassar, sangat penting untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan berkaitan dengan kepuasan pelanggan (Stiyoko & Angeliza, 2025) (Della Yuliana, 2023). Jika sebuah perusahaan ingin mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, mereka harus mempertimbangkan kualitas layanan yang diberikan oleh karyawannya (Raza & Komala, 2020) dan (Sahari & Kusumaningtyas, 2024). Karyawan adalah representasi perusahaan karena mereka adalah orang pertama yang berinteraksi dengan pelanggan setiap hari. Oleh karena itu, kinerja karyawan berdampak langsung pada persepsi pelanggan terhadap merek dan layanan perusahaan (Virgiawansyah et al., n.d.)

Kualitas kinerja karyawan yang baik memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. (Stiyoko & Angeliza, 2025) jumlah perusahaan yang mempengaruhi produk kecantikan dan perusahaan ritel kosmetik meningkat sebagai hasil dari perkembangan kewirausahaan ini. Retailing adalah jenis bisnis yang bertujuan untuk memasarkan barang dan jasa kepada pelanggan akhir. Bisnis ritel kosmetik menjual macam produk kecantikan untuk merawat, membersihkan, dan mempercantik kulit, rambut, dan tubuh orang. (Ramadhanti et al., 2024)

Anty Shop28 Cosmetics di Makassar merupakan perusahaan ritel kosmetik kepunyaan Nur Hasriani H. Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Yang berlokasi di Jl. Mannuruki, Sudiang Raya, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Toko Anty Shop28 Cosmetics merupakan salah satu usaha yang menyediakan berbagai macam produk kecantikan dan perawatan tubuh mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki. Selain itu, toko juga menawarkan beragam produk perawatan dari berbagai merek ternama yang di tunjukkan tidak hanya bagi wanita, tetapi juga bagi pria dan anak-anak. Produk yang tersedia memiliki kualitas yang setara dengan produk asli masing-masing merek serta di tawarkan dengan harga yang relatif lebih terjangkau dibandingkan dengan toko sejenis. Kondisi inilah yang menjadi salah satu faktor pendorong meningkatnya minat masyarakat sekitar untuk berkunjung ke toko Anty Shop28 Cosmetics di Makassar. (Murniati et al., 2024)

Ketika konsumen mengunjungi suatu tempat, hal yang paling penting bagi mereka adalah Pelayanan yang baik dapat dilihat dari sikap ramah, ketepatan waktu dalam melayani, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, serta kemampuan memberikan solusi jika pelanggan membutuhkan bantuan, selain itu kemampuan berkomunikasi karyawan juga menjadi hal yang sangat penting. Serta dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan pelanggan pelayanan yang diberikan pada oleh karyawan kepada pelanggan merupakan hal yang perlu mendapat perhatian serius. Apabila perusahaan ingin menciptakan kepuasan konsumen, aspek ini harus menjadi pertimbangan utama. Ketika harapan konsumen terhadap perusahaan dapat terpenuhi, maka konsumen akan merasakan kepuasan. Hal tersebut akan mendorong terbentuknya loyalitas konsumen, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap repitisi serta keberlangsungan perusahaan.

Namun berdasarkan pengamatan awal, masih terdapat beberapa pelanggan merasa kinerja karyawan dalam pelayanan di Toko Anty28 Shop Cosmetics belum sepenuhnya memuaskan. Fakta tersebut dapat dibuktikan melalui berbagai ulasan yang ditulis oleh pelanggan di Google Review bahkan dikolom komentar disosial media mereka. Bawah beberapa pelanggan melaporkan pelayanan karyawan tidak selalu konsisten ada juga yang menilai bawah karyawan tidak ramah tidak tersenyum dan kurang respon dalam melayani pelanggan, dan juga masih kurang dalam memberikan penjelasan tentang produk, dan kadang lambat dalam melayani saat toko sedang ramai ini di anggap kurang optimal. Keadaan ini menunjukkan bawah kualitas kinerja karyawan masih perlu ditingkatkan. Kondisi tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan kegiatan berbelanja

Toko anty shop28 Cosmetics juga sebagai salah satu toko cosmetics yang cukup dikenal dimakassar harus mampu mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak beralih ke toko cosmetics yang lain. Seperti Citra Cosmetics, Buno shop, Omorfo, dan toko cosmetics moderen lainnya yang ada di makassar atau kompetitor yang terus bermunculan berdasarkan itu. Maka perlu diperhatikan seperti keluhan pelanggan, penurunan jumlah pelanggan. Jadi menunjukkan kinerja karyawan belum seragam sehingga mempengaruhi pengalaman belanja pelanggan. Di karenakan persaingan yang meningkat memaksa pelayanan lebih profesional atau kinerja karyawan harus lebih profesional.

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

Apakah kualitas kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat kepuasan pelanggan

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antarvariabel, baik secara langsung maupun variabel tidak langsung. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas kinerja karyawan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

## 2.1. Teknik Penelitian

### 2.1.1 Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di toko anty shop28 cosmetics di makassar adapun pelaksanaan dari penelitian ini pada bulan november sampai desember.

### 2.1.2 Populasi, sampel, dan tteknik pengambilan sampel

Populasi berjumlah 1.005 pelanggan. Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 91 responden.

### 2.1.3 Jenis dan Sumber Data

Data Primer: data yang dikumpulkan langsung dari responden, misalnya melalui kuesioner. Data ini biasanya berupa data kuantitatif dengan skala likert

Data Sekunder: data dari dokumen atau arsip toko, perusahaan, seperti laporan penjualan atau data historis lainnya

### 2.1.4 Metode Pengumpulan Data

Instrumen Penelitian diuji validitas. Uji validitas dilakukan melalui aplikasi SPSS pada kedua indikator

### 2.1.5 Metode Analisis

#### a. Koefisien Korelasi Pearson

Dalam teori probabilitas dan statistika atau yang di kenal sebagai koefisien korelasi merupakan nilai yang menunjukkan tingkat kekuatan serta arah hubungan linear antara dua variabel. Berdasarkan dari keterangan diatas maka dapat diambil rumus koefisien korelasi pearson menurut sugiyoo 2014

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)[n\sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

Dimana:

r= koefisien korelasi

n= jumlah responden

x=kualitas kinerja karyawan

y=tingkat kepuasan pelanggan

$x^2$ = jumlah jawaban secara keseluruhan variabel X

$y^2$ =jumlah jawaban dari keseluruhan Y

#### b. Koefesien Determinasi (D)

Untuk menguji koefesien determinasi (D) yaitu untuk mengetahui seberapa besar presentase dengan presentase 100% yang dapat dijelaskan X dan variabel Y. Menurut sugiyono 2010 Dimana: d = koefesien determinasi r = koefesien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat untuk mengetahui penelitian dalam pengetahuan dan penganalisisan data penelitian dalam pengetahuan dan pengendalian data penelitian menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Program For Social

$$D = r^2 \times 100\%$$

#### c. Uji Parsial (uji t)

Dalam uji t bertujuan untuk mengetahui bagian-bagian pada variabel bebas secara berskala yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Nilai signifikan yang digunakan 0.05 pada tabel product r moment dari buku sugiyono (2014).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

r= koefisien korelasi  
r<sup>2</sup>=koefisien determinasi

Adapun pengujiannya sebagai berikut:

H<sub>0</sub>= 0, artinya independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.  
H<sub>1</sub> ≠ maka variabel indenpenden berpengaruh terhadap variabel dependen.

### 3. Hasil dan Diskusi

Hasil Pengumpulan Data Penyebaran kuesioner menggunakan aplikasi google form, dengan cara ini diperoleh 91 responden dan penyebaran secara sebanyak 30 responden, dan didapatkan juga 91 responden yang kembali. Penelitian ini mengambil pelanggan yang pernah membeli di Toko Anty Shop28 di Makassar untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan memberikan penjelasan tentang pengaruh kualitas kinerja karyawan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Toko Anty Shop28 di Makassar. kemudian responden dibagi menjadi beberapa bagian antara lain:

#### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin, yang digunakan konsumen untuk memilih suatu produk, digunakan oleh perusahaan untuk menentukan apakah produk tersebut dimaksudkan untuk laki-laki atau perempuan. Tabel berikut menunjukkan jenis kelamin responden di Toko Anty Shop28 di bawah ini:

Tabel 1. Identitas Responden Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	35	38.5%
2	Perempuan	56	61.5%
	<b>jumlah</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 56 orang atau sebesar 61,5%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 35 orang atau sebesar 38,5%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden perempuan lebih mendominasi, yang disebabkan oleh produk kosmetik yang selama ini lebih identik dengan perempuan, mengingat industri kosmetik pada umumnya lebih banyak menyediakan produk yang ditujukan bagi konsumen wanita.

#### 2. Berdasarkan umur

Dalam mengetahui Tingkat penilaian seseorang dalam memilih barang yang sesuai dan bisa digunakan. Label usia untuk setiap produk berbeda. Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa produk tersebut berfungsi dengan baik, sangat penting untuk menyesuaikan usia konsumen dengan produk tersebut. Tabel berikut menunjukkan umur responden di Toko Anty Shop28 sebagai berikut:

Tabel 2. berdasarkan umur responden

No	Umur	Jumlah Responden	Presentase
1	20 tahun	12	13.2%
2	20-30 tahun	64	70.3%
3	31-41 tahun	11	12.1%
4	40-50 tahun	4	4.4%
	<b>jumlah</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data dari table di atas diketahui bahwa identitas responden berjumlah 91 orang. Responden yang berusia 20 tahun berjumlah 12 orang atau sebesar 13.2%, responden yang berusia 20-30 tahun berjumlah 64 orang atau sebesar 70.3%, responden yang berusia 31-41 tahun berjumlah 11 orang atau sebesar 12,1%, responden yang berusia 40-50 tahun berjumlah 4 orang atau sebesar 4.4%, Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah responden dengan usia 20-30 tahun dikarenakan pada usia tersebut banyak orang yang sudah mengalami masalah kulit seperti jerawat, kulit kusam dan masalah kulit lainnya yang mengganggu penampilan. Selain itu juga, bagi wanita yang berada di rentang usia tersebut, mereka telah fokus melakukan perawatan dan penggunaan kosmetik dengan tujuan untuk menjaga kesehatan kulit dan mempercantik penampilan.

### 3. Berdasarkan Hubungan

Keragaman responden berdasarkan hubungan dengan toko pada Toko Anty Shop28 Cocmetics dapat diketahui tabel dibawah ini:

Tabel 3. Identitas Responden Berdasarkan Hubungan

No	Hubungan	Jumlah responden	Presentase
1	Karyawan	3	3.3%
2	Manajer/Supervisor	1	1.1%
3	Pelanggan	72	79.1%
4	Dan lain-lain	15	16.5%
	<b>Jumlah</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

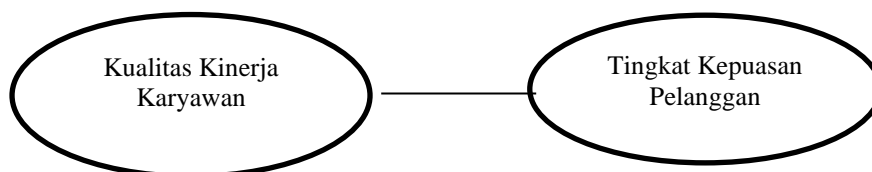
Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa hubungan dengan toko responden berdasarkan hubungan dengan toko berjumlah 91 orang. Responden karyawan berjumlah 3 orang atau sebesar 3,3%, responden yang manajer/supervisor berjumlah 1 orang atau sebesar 1,1%, responden yang sebagai pelanggan berjumlah 72 orang atau sebesar 79,1%, responden dan lain-lain berjumlah 15 orang sebesar 16.5%, dari hasil menunjukkan bahwa responden yang dominan adalah pelanggan yang berjumlah 72 orang.

### Validasi Data

Tabel 4, validasi data kusioner

VARIABEL	INSTRUMEN	R hitung	R tabel	KETERANGAN
	1	0.760	0.204	Valid
	2	0.764	0.204	Valid
X	3	0.791	0.204	Valid
	4	0.688	0.204	Valid
	5	0.809	0.204	Valid
	6	0.810	0.204	Valid
	1	0.771	0.204	Valid
	2	0.806	0.204	Valid
Y	3	0.786	0.204	Valid
	4	0.837	0.204	Valid
	5	0.840	0.204	Valid

Uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya nilai r hitung > r tabel (0.204) dengan signifikan 0.05. dari hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil r hitung dan r table X dan Y dapat disimpulkan data yang digunakan valid karna r hitung > r table.



Gambar 1 Sumber kerangka konseptual

Tabel 5 indikator-indikator

Indikator X Menurut Afandi (2018:89)	Indikator Y Menurut Indrasari (2019:92)
1.Kualitas	1.Keseuiian Harapan dan Persepsi
2.Disiplin	2.Kepuasan Keseluruhan Terhadap Layanan
3.Ketepatan waktu	3.Loyalitas Pelanggan
4.Inisiantif	4.Rekomendasi Kepada Orang Lain
5.Ketelitian	5.Persepsi Nilai
6.Kejujuran	

### Analisis data

#### 1. Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Sumber: Slovin (Rumus Slovin dalam Husein Umar 2003:78)

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e<sup>2</sup> = presentase kelonggaran kelebihan karena kesalahan penambihan sampel yang masih bisa di tplerir atau diinginkan

(e<sup>2</sup> = 10%)

$$n = \frac{1.005}{21 + 1.005 \times 0.01} = \frac{1.005}{\sqrt{1 + 10,05}} = \frac{1.005}{\sqrt{1 + 11,05}} = 90.96 = n \ 91$$

#### 2. Korelasi Pearson

Tabel 6. Correlations

		Kinerja Karyawan	Kepuasan Pelanggan
<b>Kinerja Karyawan</b>	Pearson Correlation	1	.842
	Sig. (2-Tailed)		<,001
	N	90	90
<b>Kepuasan Pelanggan</b>	Pearson Correlation	.842	1
	Sig. (2-Talled)	<,001	
	N	90	90

Berdasarkan hasil uji korelasi pearson pada aplikasi SPSS maka diperoleh nilai korelasi pearson variabel Kinerja Karyawan dan kepuasan pelanggan sebesar 0.842 dan nilai signifikansi sebesar 0.001 nilai tersebut kurang dari < 0.05 maka dapat disimpulkan bawah kedua variabel memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara kinerja karyawan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) dengan kata lain, peningkatan kualitas kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di Toko Anty Shop28 Cosmetics. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler & Keller (2009) dan Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama pembentuk kepuasan pelanggan.

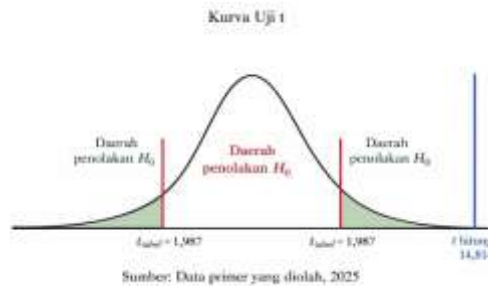
#### 3. Koefisien Determinasi (r<sup>2</sup>)

Table 7. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843	.711	.708	2.783

Dari perhitungan atau output di atas dapat disimpulkan Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.711 yang artinya besaran pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 71.1%. Sedangkan sisanya 28.9% dipengaruhi oleh faktor lain dari luar penelitian ini, seperti kualitas produk, harga, promosi, atau faktor eksternal lainnya. Artinya semakin baik kinerja karyawan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

4. Uji t (Parsial)



Gambar 1.1 Skurva uji T

Tabel 8. coefficienta

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.970	.969		2.033	.045
Kualitas Kinerja karyawan	.767	.052	.843	14.814	<.001

Berdasarkan hasil pengujian t (uji parsial) di atas menggunakan SPSS dapat diperoleh variabel X (kualitas kinerja karyawan) menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 14,814 karena sig < 0,45 Ho ditolak dan H1 diterima maka dapat disimpulkan kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis diterima.

**Pembahasan**

**1. Pengaruh kualitas kinerja karyawan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.**

r = 0,842 hubungan sangat kuat dan positif.

Berdasarkan hasil uji korelasi pearson pada aplikasi SPSS maka diperoleh nilai korelasi pearson variabel Kinerja Karyawan dan kepuasan pelanggan sebesar 0.842 dan nilai signifikansi sebesar 0.001 nilai tersebut kurang dari < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara kinerja karyawan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) dengan kata lain, peningkatan kualitas kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di Toko Anty Shop28 Cosmetics. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler & Keller (2009) dan Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama pembentuk kepuasan pelanggan.

**2. Besarnya Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan**

$R^2 = 0,711$

71,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi kualitas kinerja karyawan.

Dari perhitungan atau output di atas dapat disimpulkan Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.711 yang artinya besaran pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 71.1%.

sedangkan sisanya 28.9% dipengaruhi oleh faktor lain dari luar penelitian ini, seperti kualitas produk, harga, promosi, atau faktor eksternal lainnya. Arinya semakin baik kinerja karyawan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

### 3. Pengaruh Kualitas Kinerja Karyawan Secara Parsial (Uji t)

Uji t

t hitung = 14,814 > t tabel = 1,961

Sig = 0,001 < 0,05

Berpengaruh positif signifikan.

Berdasarkan hasil pengujian t (uji parsial) menggunakan SPSS dapat di peroleh variabel X (kualitas kinerja karyawan) menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 14,814 karena sig < 0,05 Ho ditolak dan H1 diterima maka dapat disimpulkan kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis diterima.

### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Kinerja Karyawan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Toko Anty Shop28 Cosmetics di Makassar terhadap 91 pelanggan yang menjadi responden di peroleh beberapa Kesimpulan penting. Maka Kualitas kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Anty Shop28 Cosmetics. Ini menegaskan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan dan setiap peningkatan dalam aspek pelayanan kesopanan, kecepatan, kejujuran, inisiatif, ketepatan waktu, dan ketelitian akan meningkatkan perasaan puas dan memperkuat hubungan antara kinerja terhadap kepuasan dengan pelanggan, keinginan berbelanja kembali, serta kemauan pelanggan untuk merekomendasikan toko kepada orang lain. Temuan ini menegaskan Keberlangsungan dan kesuksesan sebuah toko kosmetik sangat bergantung pada kualitas kinerja karyawan yang baik dalam mempertahankan pelanggan serta membangun loyalitas mereka. Oleh karena itu, kepuasan konsumen merupakan komponen yang sangat penting yang tidak bisa diabaikan untuk memenangkan persaingan pasar

### Referensi

1. Iii, B. A. B. (2010). *Bab iii metodologi penelitian*. 247–248.
2. Iii, B. A. B. (2019). *METODE PENELITIAN*. January, 62–81.
3. Murniati, M., Moh. Aris Pasigai, & Syarthini Indrayani. (2024). The Influence of Product Diversity and Service Quality on Consumer Satisfaction at the Citra Cosmetic Store in Gowa Regency. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 2(3), 725–734. <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v2i3.120>
4. *No Title*. (2013).
5. *No Title*. (2019).
6. Nur, A., Sholihah, M., & Yani, D. A. (2025). *Analisis Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Mitra Bangunan Dion Putra Wonogiri*. 6(2), 35–39.
7. Nursiti, D., & Fedrick, D. (2018). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Chatime Focal Point Medan. *Jurnal Psychomutiara*, 2(1), 46–56.
8. Pelatihan, P., Produktivitas, T., Pegawai, K., Gardu, P., Sukma, L., Anggela, F. P., & Productivity, W. (2022). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 8(7). <https://doi.org/10.5281/zenodo.6589565>
9. Produk, P. K., Kualitas, D. A. N., & Terhadap, P. (n.d.). 3 1,2,3. 2(3), 1803–1813.
10. Putri, N. H. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 198–204. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i2.4001>
11. Rahayu, S. T., Ismail, I., Madura, U. T., & Inda, P. T. (2024). *Pengaruh kinerja karyawan terhadap suksesnya suatu perusahaan*. 2(12).
12. Ramadhanti, A. A., Tulhusnah, L., & Ediyanto, E. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Keragaman Produk Dan Suasana Toko Dalam Menentukan Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kosmetik Somaya Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(1), 161. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i1.4781>
13. Sahari, A. R., & Kusumaningtyas, M. (2024). Pengaruh Kinerja Karyawan Untuk Kepuasan Pelanggan J&T. *Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences*, 2(4), 186–190.
14. Stiyoko, A., & Angeliza, W. (2025). Journal of Sharia Economics Scholar ( JoSES ) Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus di Warkop Wedang Rempah Plaju ) Journal of Sharia Economics Scholar ( JoSES ). *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(4), 145–150.
15. Virgiawansyah, E., Utomo, B. B., & Rosyid, R. (n.d.). *Pengaruh Kinerja terhadap Kepuasan Konsumen*. 1–13.