Department of Digital Business
Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS
Vol. 1 No. 1 (2022) pp: 8604-8613
P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh *Hard Skill*, *Soft Skill*, dan Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan di Nuka Hair Studio Baturetno

Anjani, Achmad Choerudin, Darsono
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, Jawa Tengah
anjanijan23@gmail.com, achmadchoerudin77@yahoo.co.id, darsono4364@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh hard skill, soft skill, dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Nuka Hair Studio Baturetno. Dalam industri jasa kecantikan yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang menentukan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kualitas sumber daya manusia, baik dari aspek keterampilan teknis maupun kemampuan interpersonal, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah menggunakan jasa Nuka Hair Studio dengan teknik purposive sampling sebanyak 75 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hard skill dan soft skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan karyawan juga menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa kualitas interaksi dan pelayanan yang diberikan mampu meningkatkan pengalaman pelanggan dalam menggunakan jasa salon. Secara simultan, hard skill, soft skill, dan pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 51,1%, sedangkan sisanya sebesar 48,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hard skill merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan keterampilan teknis karyawan yang didukung oleh pengembangan soft skill dan pelayanan yang berkualitas perlu menjadi prioritas dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan serta daya saing usaha jasa kecantikan.

Kata kunci: Hard Skill, Soft Skill, Pelayanan Karyawan, Kepuasan Pelanggan.

1. Latar Belakang

Industri jasa kecantikan menunjukkan perkembangan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan, kesehatan rambut, dan perawatan diri sebagai bagian dari gaya hidup modern. Perubahan pola hidup masyarakat yang semakin memperhatikan aspek estetika telah mendorong meningkatnya permintaan terhadap berbagai layanan kecantikan, termasuk perawatan rambut, pewarnaan, styling, hingga konsultasi kecantikan. Salon kecantikan tidak lagi dipandang hanya sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan perawatan fisik, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan rasa percaya diri dan kenyamanan individu dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Kondisi ini menyebabkan persaingan antar penyedia jasa kecantikan semakin ketat, sehingga setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu memberikan layanan yang berkualitas dan mampu memenuhi harapan pelanggan.

Dalam lingkungan bisnis jasa yang kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator utama keberhasilan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi yang dilakukan pelanggan setelah membandingkan antara harapan yang dimiliki sebelum menerima layanan dengan kinerja layanan yang dirasakan setelah layanan tersebut diberikan. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas berpotensi beralih kepada pesaing dan memberikan penilaian negatif yang dapat memengaruhi reputasi usaha. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan daya saing usaha jasa kecantikan. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh hasil akhir layanan yang diterima, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang terjadi selama proses pelayanan berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas sumber

daya manusia memiliki peran strategis dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan berkelanjutan (Kotler & Keller, 2021).

Sumber daya manusia merupakan aset utama dalam industri jasa karena karyawan berperan sebagai pihak yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan sangat bergantung pada kemampuan, sikap, dan perilaku karyawan dalam menjalankan tugasnya. Dalam industri salon kecantikan, pelanggan tidak hanya menilai hasil perawatan yang diberikan, tetapi juga menilai cara karyawan berkomunikasi, memberikan perhatian, memahami kebutuhan pelanggan, serta menyelesaikan pelayanan secara profesional. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa karyawan memiliki kompetensi yang memadai agar mampu memberikan pengalaman layanan yang optimal kepada pelanggan.

Salah satu faktor yang dianggap penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah hard skill karyawan. Hard skill merupakan kemampuan teknis yang dimiliki individu untuk melaksanakan pekerjaan tertentu sesuai dengan bidang keahliannya. Dalam konteks salon kecantikan, hard skill mencakup kemampuan melakukan pemotongan rambut, pewarnaan, styling, creambath, smoothing, dan berbagai layanan kecantikan lainnya sesuai standar profesional. Keterampilan teknis yang baik memungkinkan karyawan menghasilkan layanan yang akurat, berkualitas, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan cenderung merasa puas apabila hasil layanan yang diterima sesuai dengan keinginan mereka. Sebaliknya, kesalahan dalam pelaksanaan layanan dapat menimbulkan ketidakpuasan bahkan kehilangan kepercayaan pelanggan terhadap salon. Oleh karena itu, kemampuan teknis menjadi faktor penting yang harus dimiliki oleh setiap karyawan dalam industri kecantikan. Penelitian terdahulu menegaskan bahwa keterampilan teknis atau hard skill berperan penting dalam menghasilkan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, terutama dalam industri kecantikan yang menekankan hasil visual secara langsung (Silva & Monteiro, 2024; Hussain et al., 2024).

Selain hard skill, soft skill juga menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Soft skill merupakan kemampuan nonteknis yang berkaitan dengan aspek interpersonal, komunikasi, sikap, etika kerja, kemampuan bekerja sama, serta kemampuan memahami kebutuhan dan perasaan orang lain. Dalam industri jasa kecantikan, interaksi antara karyawan dan pelanggan berlangsung secara intensif selama proses pelayanan. Pelanggan umumnya mengharapkan suasana yang nyaman, pelayanan yang ramah, komunikasi yang baik, serta perhatian yang tulus dari karyawan. Kemampuan karyawan dalam mendengarkan kebutuhan pelanggan, memberikan saran yang sesuai, serta membangun hubungan yang positif dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, kurangnya kemampuan komunikasi atau sikap yang kurang profesional dapat mengurangi kualitas pengalaman pelanggan meskipun hasil layanan yang diberikan tergolong baik. Oleh karena itu, soft skill menjadi elemen penting yang mendukung keberhasilan pelayanan dalam industri jasa. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi, empati, dan keramahan karyawan berkontribusi terhadap pengalaman emosional pelanggan yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan (Silva & Monteiro, 2024; Hussain et al., 2024).

Faktor lain yang turut menentukan tingkat kepuasan pelanggan adalah pelayanan karyawan. Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan selama proses pemberian jasa berlangsung. Kualitas pelayanan yang baik tercermin melalui kemampuan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, ramah, dan profesional. Dalam sektor jasa, kualitas pelayanan sering kali menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam menilai suatu perusahaan. Pelanggan tidak hanya menilai apa yang mereka terima, tetapi juga bagaimana layanan tersebut diberikan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan standar pelayanan yang konsisten agar pelanggan memperoleh pengalaman yang memuaskan. Kualitas pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan citra perusahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing.

Pelayanan karyawan yang berkualitas umumnya tercermin melalui beberapa aspek penting, seperti keandalan dalam memberikan layanan sesuai janji, daya tanggap dalam membantu pelanggan, jaminan terhadap kualitas layanan yang diberikan, serta empati dalam memahami kebutuhan pelanggan. Ketika karyawan mampu menunjukkan sikap profesional dan memberikan perhatian yang memadai kepada pelanggan, maka pelanggan akan merasa dihargai dan memperoleh pengalaman layanan yang lebih baik. Sebaliknya, pelayanan yang lambat, kurang responsif, atau tidak sesuai harapan dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada berbagai sektor jasa (Parasuraman et al., 2020; MDPI, 2024). Dalam konteks industri kecantikan, kombinasi antara keterampilan teknis dan interpersonal menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Pop, 2024).

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8960
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara hard skill, soft skill, pelayanan karyawan, dan kepuasan pelanggan, sebagian besar penelitian tersebut masih dilakukan secara terpisah atau berfokus pada sektor jasa yang berbeda. Penelitian mengenai pengaruh hard skill lebih banyak dilakukan pada sektor pendidikan, kesehatan, dan perhotelan, sedangkan penelitian mengenai soft skill dan kualitas pelayanan umumnya dilakukan pada sektor jasa secara umum. Akibatnya, masih terdapat keterbatasan dalam memahami bagaimana ketiga faktor tersebut berinteraksi secara bersamaan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan pada industri salon kecantikan. Padahal, karakteristik industri kecantikan memiliki keunikan tersendiri karena menggabungkan aspek teknis, emosional, dan pelayanan dalam satu proses yang terintegrasi.

Di Indonesia, penelitian yang secara khusus mengintegrasikan pengaruh hard skill, soft skill, dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha salon kecantikan masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian lebih menekankan pada kualitas pelayanan atau kepuasan pelanggan secara umum tanpa mempertimbangkan peran kompetensi karyawan secara menyeluruh. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap), yaitu kurangnya kajian empiris yang menguji pengaruh hard skill, soft skill, dan pelayanan karyawan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor jasa kecantikan, khususnya pada usaha salon lokal (Tambayong & Tan, 2022).

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan mengintegrasikan ketiga variabel, yaitu hard skill, soft skill, dan pelayanan karyawan dalam satu model penelitian untuk menganalisis pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada industri jasa kecantikan. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada Nuka Hair Studio sebagai salah satu usaha salon lokal yang menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pentingnya memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai upaya mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha.

Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen sumber daya manusia dan pemasaran jasa, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha jasa kecantikan dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan. Melalui pemahaman mengenai pengaruh hard skill, soft skill, dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan, manajemen salon dapat menyusun program pelatihan dan pengembangan karyawan yang lebih efektif serta menciptakan standar pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh hard skill, soft skill, dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan meliputi: (1) apakah hard skill berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (2) apakah soft skill berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (3) apakah pelayanan karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan (4) apakah ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei yang bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen, yaitu *hard skill, soft skill*, dan pelayanan karyawan, terhadap variabel dependen berupa kepuasan pelanggan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan pengukuran yang objektif dan analisis statistik yang akurat dalam menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2022; Creswell, 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Nuka Hair Studio yang pernah menggunakan jasa layanan minimal satu kali dalam enam bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria responden berusia minimal 18 tahun, pernah menggunakan layanan lebih dari satu kali, dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 75 responden, mengacu pada ketentuan ukuran sampel minimal dalam analisis multivariat, yaitu 5–10 kali jumlah indikator penelitian (Ferdinand, 2006; Hair et al., 2021).

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung (offline) dan melalui platform online. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel *hard skill*, *soft skill*, pelayanan karyawan, dan kepuasan pelanggan. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), yang dinilai efektif dalam mengukur persepsi dan sikap responden (Sugiyono, 2019).

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8960
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keakuratan dan konsistensi alat ukur. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas untuk memastikan kelayakan model regresi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh parsial, uji F untuk menguji kelayakan model, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Seluruh analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *SPSS.*

$$Yi = \beta 0 + b1X1i + b2X2i + b3X3i + \varepsilon i$$

Dengan keterangan:

Y merupakan Kepuasan Pelanggan
X1 merupakan *hard skill*
X2 merupakan *Soft skill*
X3 merupakan Pelayanan Karyawan
β merupakan konstanta
b1, b2& b3 merupakan koefisien regresi
ε merupakan error term

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas adalah salah satu uji yang wajib dilaksanakan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner. Hal ini diperlukan untuk mengukur tingkat kesahihan dan keandalan sebuah instrumen penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan alat bantu *SPSS* sehingga dapat terukur tingkat keefektifan sebuah alat ukur dalam memperoleh data.

3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan suatu pertanyaan-pertanyaan yang telah dibentuk, keefektifan suatu kuesioner apabila pertanyaan yang telah terbentuk dapat menjelaskan atau mengungkapkan suatu yang akan diukur.

Tabel 1. Uji Validitas

Peubah			Rhitung	Rtabel	Ket
Peubah gayut	Y	Item 1	0,498	0,227	Valid
		Item 2	0,563	0,227	Valid
		Item 3	0,615	0,227	Valid
		Item 4	0,579	0,227	Valid
		Item 5	0,642	0,227	Valid
Peubah tak gayut	X1	Item 1	0,512	0,227	Valid
		Item 2	0,468	0,227	Valid
		Item 3	0,603	0,227	Valid
	X2	Item 1	0,541	0,227	valid
		Item 2	0,487	0,227	Valid
		Item 3	0,629	0,227	Valid
	X3	Item 1	0,456	0,227	valid
		Item 2	0,582	0,227	Valid
		Item 3	0,601	0,227	Valid
		Item 4	0,534	0,227	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8960
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3.1.2 Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang memiliki skor diantara angka 1 dan 0. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila hasil yang diperoleh atau r hitung lebih besar dari 5%. Dalam menguji kerealibelan suatu instrumen digunakan alat bantu *SPSS* dengan model *Cronbach' alpha*. Hasil dibawah ini menunjukan bahwa, nilai cronbach alpha bernilai atau terdistribusi sangat tinggi yang mana *Cronbach' alpha* sebesar 0,931 > 0,05 sehingga instrumen penelitian yang digunakan dapat menjelaskan dan mampu mengukur penelitian, sehingga data tersebut dapat dipercaya dan konsisten.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	*N of item*
0,931	15

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

3.2 Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa uji asumsi klasik yang digunakan untuk mendeteksi kemiringan atau outlier dari data yang telah diperoleh yakni uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikorelasi.

3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui atau mengecek apakah data yang telah diperoleh memiliki kenormalan data atau tidak. Berdasarkan hasil pada tabel dibawah ini, menunjukan bahwa data yang telah diperoleh terdistribusi secara normal yang mana menggunakan fasilitas one-sample kolmogorov-smirnov. Hasil asymp. sig. (2-tailed) menunjukan hasil 0,067 > 0,05.

Table 3. Uji Normalitas

	one-sample kolmogrov-smirnov
asymp. sig. (2-tailed)	*0,067*

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

3.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas peneliti menggunakan pengujian glejser yang memiliki syarat apabila nilai sig > 0,05 maka variabel terhindar dari masalah heteroskedastisitas sebaliknya, apabila nilai sig < 0,05 maka variabel terkena masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

	Coefficients
X1	0,098
X2	0,102
X3	0,112

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel coefficients menunjukkan bahwa adanya tidak adanya masalah heteroskedastisitas yang mana didukung dengan nilai sig pada variabel X1, X2 dan X3 memiliki nilai yang lebih besar dari alfa (0,05).

3.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas, uji ini berguna untuk memastikan apakah adanya hubungan antara peubah tak gayut. Yang mana dalam uji ini sesama peubah tak gayut tidak boleh memiliki hubungan.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8960
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

	Coefficients
X1	1,990
X2	1,917
X3	1,932

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Untuk mendeteksi multikolinearitas peneliti menggunakan pengujian kolinearitas diagnaties yang memiliki syarat apabila nilai VIF < 10 maka sesama peubah tak gayut terhindar dari masalah multikolinearitas sebaliknya, apabila nilai VIF > 10 maka sesama peubah tak gayut terkena masalah multikolinearitas. Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa tidak adanya hubungan antara setiap variabel hal ini dikarenakan nilai VIF < 10. Hal ini dikarenakan nilai VIF pada masing-masing variabel yakni, variabel X1 sebesar 1,990 < 10, nilai VIF pada variabel X2 sebesar 1,917 < 10 dan nilai VIF pada variabel X3 sebesar 1,932 < 10.

3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Dikarenakan data yang diperoleh tidak terkena masalah pada uji asumsi klasik maka, dilanjutkan dengan melakukan analisis menggunakan metode regresi linear berganda. Regresi linear berganda merupakan metode yang digunakan sebagai pendekatan pemodelan antara hubungan satu variabel dependen dan beberapa variabel independen.

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	***Unstandardized Coeficient* (B)**
Constant	2,506
X1	0,459
X2	0,199
X3	0,069

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Dari hasil diatas dapat dibentuknya persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2{,}506 + 0{,}459x_1 + 0{,}199x_2 + 0{,}069x_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda**,** dapat disimpulkan bahwa apabila variabel *hard skill*, *soft skill*, dan pelayanan karyawan dianggap konstan atau bernilai nol, maka kepuasan pelanggan di Nuka Hair Studio Baturetno sebesar 2,506. Koefisien regresi variabel *hard skill* (X_1) sebesar 0,459 menunjukkan bahwa setiap peningkatan *hard skill* sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,459, dengan asumsi variabel lain tetap konstan, dan demikian pula sebaliknya. Selanjutnya, koefisien regresi variabel *soft skill* (X_2) sebesar 0,199 menunjukkan bahwa setiap peningkatan *soft skill* sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,199, dengan asumsi variabel lain konstan. Sementara itu, koefisien regresi variabel pelayanan karyawan (X_3) sebesar 0,069 menunjukkan bahwa setiap peningkatan pelayanan karyawan sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,069, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3.4 Pengujian Hipotesis

3.4.1 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model yang dibangun. Apabila nilai regresi pada Uji F menunjukan adanya hubungan yang kuat antar variabel dependen dan variabel independen maka, model yang dibangun baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8960
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Tabel 6. Uji f

Model	***Sum of Square***	***Df***	***Mean Square***	***F***	***Sig.***
Regression	203,625	3	67,875	32,352	0,000
Residual	182,529	72	2,098		
Total	386,154	75			

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan nilai sig (0,000) < α (0,05) maka, adanya pengaruh antara *hard skill*, *soft skill*, dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Nuka Hair Studio Baturetno. Nilai regresi pada Uji F menunjukan adanya hubungan yang kuat antar variabel dependen dan variabel independen maka, model yang dibangun baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

3.4.2 Uji T

Pengujian ini berguna untuk menjelaskan korelasi antara satu variabel dengan satu variabel terikat dan variabel bebas lainnya dianggap konstan.

Tabel 7. Uji t

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	*t*	*Sig.*
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,506	1,013		2,475	0,015
	X1	0,459	0,112	0,428	4,120	0,000
	X2	0,199	0,070	0,289	2,833	0,006
	X3	0,069	0,069	0,103	1,005	0,008

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan data diatas menunjukan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. H1: Dikarenakan nilai sig (0,000) < α (0,05) maka, *hard skill* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Nuka Hair Studio Baturetno

2. H2: Dikarenakan nilai sig (0,006) < α (0,05) maka, *soft skill* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Nuka Hair Studio Baturetno

3. H3: Dikarenakan nilai sig (0,318) > α (0,05) maka, pelayanan karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Nuka Hair Studio Baturetno

3.4.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau R Square digunakan untuk melihat seberapa besar persentase varian pada variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen, yang mana apabila nilai R Square mendekati angka satu, maka variasi variabel-variabel bebas dapat menjelaskan dengan sempurna variabel terikat dalam model persamaan regresi.

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model	*R*	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	0,726	0,527	0,511	1,44846

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2), diketahui bahwa sebesar 0,511 atau 51,1% variabel *hard skill*, *soft skill*, dan pelayanan karyawan mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan di Nuka Hair Studio Baturetno, sedangkan sisanya sebesar 48,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Nilai koefisien determinasi

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8960
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

yang berada di atas 0,33 menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang kuat, sehingga mampu menggambarkan dan menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan secara memadai.

3.5 Pembahasan

3.5.1 Pengaruh Hard Skill terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hard skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Nuka Hair Studio. Selain itu, hard skill merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan teknis yang dimiliki karyawan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Dalam industri jasa kecantikan, pelanggan tidak hanya membeli layanan, tetapi juga mengharapkan hasil akhir yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi mereka. Oleh karena itu, kemampuan teknis karyawan menjadi faktor utama yang menentukan kualitas hasil layanan yang diterima pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk ketika kinerja layanan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Pada industri salon kecantikan, harapan pelanggan umumnya berkaitan dengan hasil layanan yang dapat dilihat secara langsung, seperti hasil potongan rambut, pewarnaan, styling, smoothing, maupun berbagai bentuk perawatan rambut lainnya. Apabila hasil yang diperoleh sesuai dengan keinginan pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, kesalahan dalam pelaksanaan layanan berpotensi menimbulkan ketidakpuasan meskipun pelayanan yang diberikan sudah cukup baik.

Secara teoritis, hard skill mencerminkan kompetensi teknis yang memungkinkan karyawan melaksanakan pekerjaan secara efektif, akurat, dan profesional. Keterampilan teknis yang baik akan menghasilkan kualitas layanan yang lebih konsisten sehingga mampu mengurangi risiko kesalahan dalam proses pelayanan. Temuan penelitian ini memperkuat pandangan bahwa pada industri yang berbasis keterampilan (skill-based service), kualitas hasil layanan sangat dipengaruhi oleh tingkat kompetensi teknis karyawan (Convin, 2023; Pop, 2024). Dalam konteks Nuka Hair Studio, pelanggan cenderung memberikan penilaian berdasarkan hasil akhir yang mereka terima sehingga kemampuan teknis menjadi aspek yang paling menentukan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Selain berpengaruh terhadap kualitas hasil layanan, hard skill yang tinggi juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap profesionalisme karyawan. Ketika pelanggan melihat bahwa karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan layanan, pelanggan akan merasa lebih yakin dan nyaman dalam menggunakan jasa yang ditawarkan. Kondisi tersebut dapat meningkatkan persepsi kualitas serta memperkuat citra profesional usaha jasa kecantikan (Mahdaly et al., 2025). Dengan demikian, hard skill tidak hanya berfungsi sebagai kemampuan operasional untuk menyelesaikan pekerjaan, tetapi juga menjadi faktor yang mampu meningkatkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil tersebut, Nuka Hair Studio perlu menjadikan pengembangan hard skill sebagai prioritas utama dalam strategi pengelolaan sumber daya manusia. Upaya yang dapat dilakukan antara lain melalui pelatihan teknis secara berkala, sertifikasi kompetensi, workshop kecantikan, serta pembaruan pengetahuan mengenai tren dan teknik terbaru dalam industri kecantikan. Dengan peningkatan kompetensi teknis yang berkelanjutan, kualitas layanan dapat terus ditingkatkan sehingga mampu menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan meningkatkan daya saing usaha.

3.5.2 Pengaruh Soft Skill terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa soft skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan interpersonal yang dimiliki karyawan memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang menyenangkan bagi pelanggan. Dalam industri jasa kecantikan, interaksi antara pelanggan dan karyawan berlangsung secara intensif selama proses pelayanan, sehingga kemampuan komunikasi, empati, keramahan, kesabaran, dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8960
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Temuan penelitian ini mendukung teori Oliver (2020) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional atau hasil layanan, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek emosional yang dirasakan selama proses pelayanan berlangsung. Pelanggan yang memperoleh pengalaman interaksi yang positif cenderung merasa lebih nyaman, dihargai, dan diperhatikan, sehingga tingkat kepuasannya akan meningkat. Sebaliknya, meskipun hasil layanan yang diberikan sudah baik, kurangnya kemampuan komunikasi atau sikap yang kurang ramah dapat menurunkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Kemampuan komunikasi yang baik memungkinkan karyawan memahami kebutuhan pelanggan secara lebih tepat serta memberikan rekomendasi layanan yang sesuai. Selain itu, sikap empati dan keramahan dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat antara pelanggan dan karyawan. Kondisi tersebut membuat pelanggan merasa lebih nyaman dalam menyampaikan keinginan maupun keluhan yang mereka miliki. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Silva dan Monteiro (2024) serta Hussain et al. (2024) yang menyatakan bahwa soft skill berkontribusi dalam membentuk pengalaman emosional pelanggan yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh soft skill masih lebih rendah dibandingkan hard skill. Kondisi ini menunjukkan bahwa pada industri jasa kecantikan, pelanggan tetap lebih memprioritaskan kualitas hasil layanan dibandingkan aspek emosional pelayanan. Dengan kata lain, soft skill berfungsi sebagai faktor pendukung yang memperkuat pengalaman pelanggan, sedangkan hard skill tetap menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan. Namun demikian, peran soft skill tetap tidak dapat diabaikan karena aspek ini berkontribusi dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Soft skill yang baik juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui terciptanya pengalaman positif selama proses pelayanan berlangsung. Pelanggan yang merasa nyaman dan mendapatkan perlakuan yang baik cenderung memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa salon yang sama serta merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Williams (2024) dan Tambayong dan Tan (2022) yang menyatakan bahwa pengalaman emosional yang positif dapat mendorong customer retention dan perilaku pembelian ulang. Oleh karena itu, Nuka Hair Studio perlu terus mengembangkan kemampuan interpersonal karyawannya melalui pelatihan komunikasi, pelayanan prima, dan pengembangan sikap profesional agar mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

3.5.3 Pengaruh Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan selama proses interaksi antara karyawan dan pelanggan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dalam industri jasa, pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir yang diterima, tetapi juga menilai bagaimana proses pelayanan tersebut diberikan. Oleh karena itu, pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Menurut Kotler dan Keller (2021), kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan karena pelayanan menjadi bagian dari pengalaman yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan suatu jasa. Dalam konteks Nuka Hair Studio, pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan profesional dapat memberikan kesan positif kepada pelanggan sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima.

Temuan penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui konsep SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (2020), yang mencakup dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Pelanggan akan merasa puas apabila karyawan mampu memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang diberikan, cepat dalam merespons kebutuhan pelanggan, memberikan rasa aman selama proses pelayanan, serta menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam membangun persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan.

Meskipun pelayanan karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, besarnya pengaruh variabel ini masih lebih rendah dibandingkan hard skill. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada industri salon kecantikan, pelayanan karyawan berfungsi sebagai faktor pendukung yang memperkuat pengalaman pelanggan, sementara kualitas hasil layanan tetap menjadi pertimbangan utama dalam menilai kepuasan. Dengan kata lain, pelayanan

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8960
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

yang baik tidak akan memberikan dampak maksimal apabila tidak didukung oleh kemampuan teknis yang memadai. Sebaliknya, hasil layanan yang baik akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan apabila disertai dengan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional.

Selain berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang baik juga berperan dalam membangun loyalitas pelanggan dan hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Pelanggan yang mendapatkan pelayanan yang memuaskan cenderung memiliki persepsi positif terhadap perusahaan dan lebih bersedia untuk kembali menggunakan layanan yang sama di masa mendatang (Oliver, 2020; Pop, 2024). Oleh karena itu, Nuka Hair Studio perlu menerapkan standar pelayanan yang konsisten, melakukan evaluasi pelayanan secara berkala, serta memberikan pelatihan pelayanan prima kepada seluruh karyawan.

Dengan demikian, pelayanan karyawan tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas operasional dalam proses pelayanan, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Integrasi antara hard skill yang kuat, soft skill yang baik, dan pelayanan yang berkualitas akan menjadi fondasi penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan serta meningkatkan daya saing Nuka Hair Studio di tengah persaingan industri jasa kecantikan yang semakin ketat.

4. Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Hard skill* karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Nuka Hair Studio Baturetno, karena keterampilan teknis yang baik mampu menghasilkan layanan sesuai dengan harapan pelanggan. *Soft skill* karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, terutama dalam menciptakan kenyamanan, komunikasi yang efektif, serta pengalaman pelayanan yang menyenangkan. Pelayanan karyawan secara keseluruhan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang tercermin dari sikap ramah, daya tanggap, dan profesionalisme dalam melayani pelanggan. *Hard skill* merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dibandingkan *soft skill* dan pelayanan karyawan. Secara simultan, *hard skill*, *soft skill*, dan pelayanan karyawan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan secara kuat, meskipun masih terdapat faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi kepuasan pelanggan.

Referensi

1. Convin. (2023). Top 10 *hard skill* s for customer service in 2025. Convin Research Report.
2. Creswell, J. W. (2021). Research design: Quantitative, qualitative, and mixed methods approaches. Sage Publications.
3. Ferdinand, A. (2006). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
4. HAIR , J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). Multivariate data analysis. Pearson Education.
5. Hennigan, J. (2024). 12 essential customer service skills. Forbes Advisor.
6. Hussain, S., Soni, A., & Shah, M. (2024). *Soft skill* s and interpersonal skills for tourism and hospitality industry. IGI Global.
7. Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing management. Pearson Education.
8. MDPI. (2024). A bibliometric analysis of service quality in hospitality. Sustainability, 16(5), 2334–2348.
9. Mahdaly, H., et al. (2025). Applying quality management tools to improve customer journey at beauty salon. International Journal of Quality & Reliability Management.
10. Neuman, W. L. (2020). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches. Pearson Education.
11. Oliver, R. L. (2020). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. Routledge.
12. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL : A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing.
13. Pop, A. L. (2024). The impact of customer satisfaction to company performance: A study of beauty salons. Journal of Business Research, 152, 112–120.
14. Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Research methods for business: A skill-building approach. Wiley.
15. Silva, G., & Monteiro, A. (2024). Soft and interpersonal skills for development as professional in the service industry. Springer Nature.
16. Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
17. Tambayong, M. M., & Tan, P. H. P. (2022). Impact of service quality attributes of beauty parlors towards customer loyalty. JPPI, 8(3), 817–827.
18. Wardana, I., & Suparna, G. (2025). The role of customer satisfaction in mediating service quality and price perception. Jurnal Manajemen, 31(1), 55–70.
19. Williams, J. (2024). The role of *soft skill* s training in customer loyalty metrics. Journal of Service Management, 35(2), 145–160.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8960
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)