

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi media sosial, dan *Brand image* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Salon Kecantikan Ester Tanjungpinang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan tahun 2025 yaitu 2.411 orang, kemudian penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10 % maka berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu pelanggan yang telah menggunakan jasa salon minimal tiga kali. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pada kuesioner dilakukan test validitas dan reliabilitas. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, termasuk uji t , uji F , dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian maka ditemukan seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Pelayanan memperoleh t hitung $5,369 > 1,986$ (Sig. 0,000), Harga t hitung $4,331 > 1,986$ (Sig. 0,000), Promosi Media Sosial t hitung $2,392 > 1,986$ (Sig. 0,019), dan *Brand image* t hitung $9,208 > 1,986$ (Sig. 0,000). Dengan demikian, seluruh hipotesis (H_a) diterima karena masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Secara simultan (uji F), keempat variabel juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ($F_{hitung} = 124,112$; Sig. = 0,000). Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,838 menunjukkan bahwa 83,8% variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, sedangkan 16,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Media Sosial, dan *Brand image*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, price, social media promotion, and brand image simultaneously on customer satisfaction at Ester Tanjungpinang Beauty Salon. The population in this study were 2,411 customers in 2025, then this study used the Slovin formula with an error rate of 10%, then based on the formula, the n obtained was 96. The sampling technique used in this study was purposive sampling, namely determining the sample with certain considerations, namely customers who have used salon services at least three times. This type of research is quantitative research. The questionnaire was tested for validity and reliability. Data were analyzed using multiple linear regression analysis, including the t test, F test, and coefficient of determination. Based on the results of the study, it was found that all independent variables had a positive and significant effect on customer satisfaction. Service Quality obtained t count 5.369 > 1.986 (Sig. 0.000), Price t count 4.331 > 1.986 (Sig. 0.000), Social Media Promotion t count 2.392 > 1.986 (Sig. 0.019), and Brand image t count 9.208 > 1.986 (Sig. 0.000). Thus, all hypotheses (Ha) are accepted because each variable has a significance value <0.05. Simultaneously (F test), the four variables also have a significant effect on Customer Satisfaction (F count = 124.112; Sig. = 0.000). In addition, the Adjusted R Square value of 0.838 indicates that 83.8% of the variation in Customer Satisfaction can be explained by the four variables, while 16.2% is influenced by other factors outside the study.

Keywords: Service Quality, Price, Social Media Promotion, and Brand image