

Literature Review: Pengaruh Kualitas Layanan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Kecantikan di Kota Medan

Celinna Phen¹, Ingrid Jonathan², Putri Mentari³

Program Studi Manajemen, STIE Eka Prasetya

phencelinna360@gmail.com¹, ingridjonathan@gmail.com², putrimentaritari@gmail.com³

Article Info

Article history:

Received April 22, 2026

Revised April 26, 2026

Accepted May 11, 2026

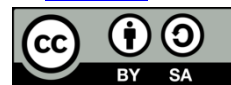
Keywords:

Quality of Service, Customer Experience, Customer Satisfaction

ABSTRACT

The beauty clinic industry in Medan is experiencing rapid growth, along with increasing public awareness of self-care and appearance. In this increasingly competitive environment, service quality and customer experience are crucial factors influencing customer satisfaction. This literature review aims to analyze the influence of service quality and customer experience on customer satisfaction in beauty clinics. The methodology used was literature research, examining various scientific journals, and previous research relevant to the research topic. The results show that service quality and customer experience significantly influence levels of customer satisfaction. Customers tend to be satisfied if the service they receive matches or exceeds their expectations and is supported by a pleasant experience throughout the service process.

This is an open access article under the [CC BYSA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received April 22, 2026

Revised April 26, 2026

Accepted May 11, 2026

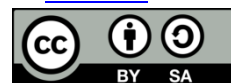
Keywords:

Kualitas Layanan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Industri klinik kecantikan di Kota Medan tengah menghadapi perkembangan yang pesat bersamaan meningkatnya pemahaman warga terhadap perawatan diri serta penampilan. Dalam keadaan persaingan yang terus menjadi ketat, mutu layanan serta pengalaman pelanggan jadi aspek penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode literature review yang bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada klinik kecantikan. Tata cara yang digunakan merupakan riset literatur dengan mengkaji bermacam harian ilmiah, serta riset terdahulu yang relevan dengan topik riset. Hasil kajian menampilkan kalau mutu layanan serta pengalaman pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkatan kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung merasa puas apabila layanan yang diterima cocok ataupun melebihi harapan dan didukung oleh pengalaman yang baik sepanjang proses pelayanan.

This is an open access article under the [CC BYSA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Celinna Phen

STIE Eka Prasetya

E-mail: phencelinna360@gmail.com

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri kecantikan serta layanan dermatologi dalam sebagian tahun terakhir menampilkan kenaikan yang sangat signifikan. Perihal ini didorong oleh meningkatnya pemahaman warga terhadap berartinya kesehatan kulit serta penampilan, yang tidak cuma berkaitan dengan aspek estetika, namun pula keyakinan diri serta mutu hidup. Tidak hanya itu, pergantian style hidup modern dan kemajuan teknologi mendesak warga buat menggunakan layanan klinik kecantikan selaku pemecahan instan serta efisien dalam perawatan kulit.

Tidak hanya bagi kaum wanita namun para pria juga mengikuti perkembangan perawatan kecantikan kulit, dapat dilihat dari banyaknya Pria maupun wanita juga dituntut untuk dapat menjaga penampilannya terutama dari segi kebersihan wajah dan tubuh. Tidak hanya materi saja yang mereka cari, melainkan juga kepuasan dalam kecantikan dan kesehatan. Menurut Nasiti dalam (Sitepu & Marpaung, 2022), "situasi seperti ini akan mendorong berbagai perusahaan yang bergerak dibidang beauty and personal care akan terus memberikan inovasi untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas yang dicari oleh pelanggan dan alat kecantikan yang canggih, tempat yang strategis, nyaman dapat menunjang keberhasilan klinik kecantikan tersebut".

Bersamaan dengan meningkatnya jumlah klinik kecantikan, persaingan dalam industri ini pula terus menjadi ketat. Tiap penyedia layanan dituntut buat sanggup membagikan mutu pelayanan terbaik guna menarik serta mempertahankan pelanggan. Mutu pelayanan jadi aspek kunci dalam memastikan keberhasilan sesuatu usaha jasa, sebab pelanggan cenderung memilah layanan yang sanggup penuhi ataupun apalagi melampaui harapan mereka. Dalam konteks ini, mutu pelayanan tidak cuma mencakup hasil akhir dari layanan yang diberikan, namun pula mengaitkan totalitas pengalaman pelanggan sepanjang proses pelayanan berlangsung.

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam industri jasa umumnya diukur melalui beberapa dimensi utama seperti bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Dimensi-dimensi ini menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Menurut Kotler & Keller dalam (Sitepu & Marpaung, 2022), "kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan". Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan, maka akan tercipta kepuasan pelanggan, seperti Atmaja & Utami dalam (Sitepu & Marpaung, 2022) yang menyatakan bahwa "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan".

b. Pengalaman Pelanggan

Selain kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas. Pengalaman pelanggan mencakup seluruh interaksi yang dirasakan pelanggan sejak awal hingga akhir layanan, termasuk aspek emosional, kenyamanan, serta kualitas komunikasi dengan tenaga medis. Menurut Gilmore dalam (Putri dkk., 2025), "pengalaman pelanggan adalah sebuah penciptaan nilai yang melibatkan keterlibatan pelanggan

dalam berbagai aspek, baik fisik, emosional, maupun intelektual”. Pengalaman yang positif akan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali menggunakan layanan serta merekomendasikannya kepada orang lain.

Berbagai studi sebelumnya mengindikasikan bahwa mutu pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di klinik kecantikan. Di samping itu, elemen lain seperti biaya, pengalaman pengguna, dan rekomendasi dari mulut ke mulut juga memainkan peran dalam membentuk kepuasan serta kesetiaan konsumen. Namun, setiap klinik memiliki ciri khas dan tantangan yang berbeda, sehingga perlunya studi lebih mendalam untuk mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sendiri merupakan respon emosional yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Tingkat kepuasan yang tinggi tidak hanya berdampak pada loyalitas pelanggan, tetapi juga berpotensi menciptakan promosi tidak langsung melalui *Word of Mouth* (WOM). Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat menimbulkan dampak negatif terhadap citra dan keberlanjutan bisnis. Menurut Khoirista dalam (Sitepu & Marpaung, 2022), menerangkan bahwa ”kepuasan adalah faktor penentu kesuksesan dan kelangsungan bisnis”.

Selanjutnya, menurut Kotler dan Keller (Fajarini & Meria, 2020), ”kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting bagi setiap penyedia jasa, khususnya dalam industri klinik kecantikan yang sangat bergantung pada kepercayaan pelanggan. Dari penjelasan uraian diatas artikel ini menganalisis Kualitas Layanan (X1) dan Pengalaman Pelanggan (X2) mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y1)

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam studi ini memakai tata cara pendekatan riset kualitatif serta riset literature yang bermanfaat buat mendapatkan serangkaian deskripsi menimpa faktor- faktor yang pengaruhi hasil variabel yang diteliti. Pendekatan ini diseleksi buat menguasai secara mendalam konsep, teori, dan temuan- temuan riset lebih dahulu yang berkaitan dengan topik yang dibahas, ialah mutu layanan, pengalaman pelanggan, serta kepuasan pelanggan. Informasi yang digunakan diperoleh dari bermacam sumber semacam harian ilmiah, postingan, dan publikasi akademik yang relevan serta terpercaya.

Metode pengumpulan informasi dicoba dengan metode mengenali, mengkaji, serta mengelompokkan literatur yang cocok dengan topik riset. Berikutnya, metode analisis informasi dicoba secara deskriptif kualitatif, ialah dengan merangkum, menyamakan, serta menginterpretasikan hasil- hasil riset terdahulu buat menciptakan pola, ikatan, dan kesenjangan riset. Hasil analisis ini setelah itu digunakan selaku bawah dalam menyusun kerangka pemikiran serta membagikan uraian terhadap fenomena yang diteliti. Langkah riset ini dengan

memakai tata cara pengumpulan informasi dari literature jurnal- jurnal online yang bersumber dari *Google Scholar*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan di klinik kecantikan di Kota Medan adalah kualitas layanan yang diberikan. Ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas layanan yang diberikan. Persepsi pelanggan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kebersihan klinik, keramahan staf, kecepatan pelayanan, dan kemampuan tenaga medis untuk memberikan perawatan yang tepat. Ketika kualitas layanan tidak sesuai dengan harapan pelanggan atau tidak sesuai dengan standar, pelanggan menganggapnya tidak baik. Kualitas pelayanan diukur oleh pelanggan, bukan penyedia layanan.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen berkunjung dan membeli produk kembali, bahkan merekomendasikan klinik kepada orang lain karena menurut Laia & Handani dalam (Yohana dkk., 2024), seorang pelanggan yang telah mempunyai minat untuk membeli suatu barang atau jasa, hampir pasti dapat mempunyai kecenderungan untuk melakukan pembelian terhadap barang atau jasa tersebut. Dan menurut Mariana dkk., (2025) Kualitas pelayanan adalah kunci utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan adalah sejauh mana kualitas produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Menurut Fakir dkk., (2025) “kepuasan adalah hasrat yang tidak dapat diukur dengan nilai, dan meskipun setiap orang memiliki cita rasa yang berbeda, memenuhi kebutuhan akan menghasilkan kepuasan unik”.

Jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka kepercayaan dan kepuasan pelanggan akan sangat baik dimata pelanggan (Fajarini & Meria, 2020). Baik atau buruknya kualitas pelayanan dilihat dari tolak ukur pelanggan bukan pada penyedia layanan, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan membuat pelanggan semakin puas (Yohana dkk., 2024). Kualitas pelayanan merupakan factor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Muslim dkk., 2025). Klinik juga perlu melakukan pelatihan bagi tenaga kesehatan terkait pelayanan pasien serta membangun sistem survei kepuasan pasien secara berkala untuk mengevaluasi kualitas pelayanan (Ginting dkk., 2026).

b. Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil kajian dari beberapa penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman pelanggan merupakan hasil dari interaksi yang dirasakan oleh konsumen selama menggunakan produk atau jasa, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Meyer dan Schwager dalam (Maghfiroh, 2017), pengalaman pelanggan merupakan respon subjektif pelanggan yang muncul dari interaksi dengan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan

terbentuk dari keseluruhan proses yang dialami pelanggan, bukan hanya dari hasil akhir layanan (Kurniah & Awaluddin, 2022).

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh (Kurniah & Awaluddin, 2022) menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitiannya dinyatakan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengalaman pelanggan menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Selain itu, dalam penelitian (Maghfiroh, 2017) juga ditemukan bahwa pengalaman pelanggan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pasien dalam konteks layanan kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam sektor jasa, termasuk klinik kecantikan, pengalaman yang dirasakan pelanggan selama proses pelayanan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan mereka .

Selain itu, pelanggan tidak hanya menilai produk atau jasa berdasarkan hasil akhir, tetapi juga berdasarkan proses yang mereka alami. Hal ini ditegaskan oleh Kurniah dan Awaluddin dalam (Nurdianty & Sudrajat, 2021) bahwa ”pengalaman pelanggan menjadi salah satu pertimbangan penting dalam memilih produk dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan”. Kualitas pelayanan kesehatan yang tinggi memberikan nilai tambah yang nyata kepada pasien, dan pengalaman yang positif meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pasien (Marsela dkk., 2025).

Dengan demikian, beberapa penelitian terdahulu, pengalaman pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan, baik dari segi pelayanan, interaksi, maupun kenyamanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang akan dicapai. Oleh karena itu, perusahaan termasuk klinik kecantikan perlu mengelola pengalaman pelanggan secara optimal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel 1 Ringkasan Temuan Penelitian

No	Author, Tahun	Hasil Riset (dari Abstrak Kesimpulan)	Persamaan dengan Riset ini	Perbedaan dengan Riset ini
1.	(Nurdianty & Sudrajat, 2021)	Pengalaman pasien dan citra puskesmas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Batujaya Karawang.	Pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2.	(Mariana dkk., 2025)	Penelitian ini mengindikasikan adanya hubungan yang	Kualitas pelayanan berpengaruh	Kualitas pelayanan dan WOM

	signifikan antara kualitas pelayanan dan WOM terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Azzyfaa Beauty Aceh Besar.	terhadap kepuasan pelanggan.	berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
3. (Fakir dkk., 2025)	Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan memiliki dampak positif yang signifikan pada kepuasan pelanggan.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Harga kompetitif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
4. (Fajarini & Meria, 2020)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan,	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
5. (Marsela dkk., 2025)	Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Klinik Dokter Praktek 24 Jam Sumbermanjing Kulon Pagak Malang memberikan perhatian yang lebih terhadap pasien serta menekankan kualitas pelayanan kesehatan secara rutin dapat menciptakan pengalaman pasien yang baik sehingga menimbulkan kepuasan pasien.	Kualitas pelayanan dan pengalaman pasien berpengaruh pada kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh pada kepuasan pelanggan
6. (Ginting dkk., 2026)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

7.	(Yohana dkk., 2024)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
8.	(Muslim dkk., 2025)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pelayanan maupun kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
9.	(Kurniah & Awaluddin, 2022)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dan nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.	Pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Nilai pelanggan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.
10.	(Maghfiroh, 2017)	Hasil penelitian untuk penelitian ini adalah brand image, customer perceived value dan customer experience dapat mempengaruhi kepuasan pasien.	Pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Citra merek, nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Tinjauan literatur yang dilakukan menyimpulkan bahwa kualitas perawatan dan pengalaman pelanggan di klinik kecantikan di Medan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang baik, yang mencakup unsur-unsur keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, dapat meningkatkan bagaimana pelanggan memandang layanan yang mereka terima. Kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan kualitas layanan yang dirasakan. Selain itu, pengalaman pelanggan juga memainkan peran penting dalam menentukan kebahagiaan. Pelanggan akan memiliki kesan yang bertahan lama tentang keseluruhan pengalaman layanan, mulai dari interaksi dengan staf hingga kenyamanan fasilitas hingga hasil perawatan yang mereka dapatkan. Hal ini akan menumbuhkan loyalitas,

keinginan untuk kunjungan berulang, dan kemauan untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, serta meningkatkan kepuasan.

Akibatnya, dapat dikatakan bahwa dua faktor terpenting yang harus difokuskan oleh salon kecantikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas layanannya dan pengalaman klien. Oleh karena itu, untuk bersaing dan mempertahankan keberlangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat, klinik harus secara konsisten mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya serta memberikan pengalaman pelanggan yang positif.

SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang sudah dijelaskan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan, baik untuk klinik kecantikan maupun untuk para peneliti di masa mendatang.

- a. Secara konsisten meningkatkan mutu layanan, terutama dalam hal keramahan, kecepatan pelayanan, profesionalisme tenaga medis, serta kebersihan dan kenyamanan fasilitas yang tersedia.
- b. Mengelola pengalaman pelanggan secara menyeluruh dengan menciptakan suasana yang menyenangkan, menjaga komunikasi yang efektif, serta memberikan pelayanan yang optimal dari awal hingga akhir.
- c. Mengumpulkan dan menganalisis umpan balik dari pelanggan dengan cara melakukan survei kepuasan atau memanfaatkan platform digital untuk perbaikan layanan yang berkesinambungan.
- d. Untuk peneliti di masa depan, disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti harga, citra merek, kepercayaan, dan promosi dalam studi mereka.
- e. Peneliti berikutnya juga dapat menerapkan metode kuantitatif agar hasil penelitian lebih mendalam dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajarini, A., & Meria, L. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty Inc)*. 1.
- Fakir, E. D., Sitaniapessy, R. H., & Reken, F. (2025). *Pengaruh Harga Kompetitif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan, Kosmetik dan Perawatan Diri di Medina Beauty House Kota Ambon*. 5, 2447–2461.
- Ginting, I., Fitria, A., Aji, A. B., & Rudang, S. N. (2026). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Dfermatologi Erha*. 4(4), 22979–22990.
- Kurniah, & Awaluddin. (2022). *Pengaruh Pengalaman dan Nilai Pelanggan*

Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Scarlett Whitening di Kota Makassar. 3(2), 21–31.

- Lubis, H. S., Mentari, P., Kanchanawongpaisan, S., Abd.Rashid, M. H., Adnan, N. I. B. M., & Agustin, C. (2025). *Digitalization of Tourism Villages : Digital Marketing Strategies for the Development of Pematang Johar Tourism. 4(02), 487–498.* <https://doi.org/10.58812/ejecs.v4i02>
- Maghfiroh, L. (2017). *Pengaruh Brand Image, Customer Perceived Value, dan Customer Experince terhadap Kepuasan Pasien. VIII, 225–231.*
- Mariana, Duana, M., Jihad, F. F., Marniati, & Yulizar. (2025). *Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan. 3(1), 21–30.* <https://doi.org/10.58184/miki.v3i1.563>
- Marsela, S. T., Rachmi, A., & Murtiyanto, R. K. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Pengalaman Pasien Terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Praktek 24 Jam Sumbermanjing Kulon Pagak Malang. 2(4).*
- Muslim, A., Dirwan, & Sofyan, I. R. (2025). *Pengaruh Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Davina Aesthetic Clinic. 14(3), 337–347.*
- Nurdianty, C., & Sudrajat, A. (2021). *Pengaruh Pengalaman Pasien Dan Citra Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Batujaya Karawang. 4, 665–672.*
- Putri, A. S., Mariam, S., Sutawijaya, A. H., & Ramli, A. H. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan. 14(September), 3225–3243.* <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1717>
- Sitepu, E. A., & Marpaung, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik MS Glow (Studi Pada KOnsumen MS Glow Aesthetic Clinic Medan). 1(8), 908–915.*
- Yohana, E. S., Tj, Wi. H., & Wahyoedi, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Impikasinya Pada Loyalitas Pelanggan Klinik Kecantikan Jakarta Barat. 5(2), 1413–1424.*