

JENIS PRODUK PERAWATAN RAMBUT YANG DIGUNAKAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI SALON

Laksita Leilani Indra Lukman^{1*}, Alfina Aprilia², Olivia Zahra Ramadhani . YS³, & Sri Endah Wahyuningsih⁴

^{1,2,&3}Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang, Jalan Raya Banaran, Semarang, Jawa Tengah 50229, Indonesia

⁴Program Studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang, Jalan Raya Banaran, Semarang, Jawa Tengah 50229, Indonesia

*Email: leilanilaksita25@students.unnes.ac.id

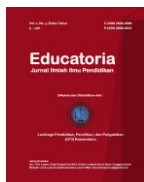
Submit: 27-03-2026; Revised: 03-04-2026; Accepted: 06-04-2026; Published: 07-07-2026

ABSTRAK: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan pelanggan terhadap layanan salon yang lebih *personal*, khususnya dalam pemilihan produk perawatan rambut yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis produk perawatan rambut yang digunakan di salon serta menganalisis kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) terhadap berbagai publikasi ilmiah yang relevan pada periode 2016-2025. Data dikumpulkan melalui penelusuran dan seleksi artikel berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama. Hasil kajian menunjukkan bahwa penggunaan produk perawatan rambut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan salon. Tingkat kepuasan dipengaruhi oleh kesesuaian produk dengan kondisi rambut, kualitas bahan yang digunakan, efektivitas hasil perawatan, serta kompetensi terapis dalam mengaplikasikan produk. Selain aspek fungsional, pengalaman layanan yang positif juga memperkuat persepsi pelanggan terhadap kualitas perawatan yang diterima. Temuan ini menegaskan bahwa produk perawatan rambut merupakan komponen strategis dalam kualitas layanan salon dan berperan penting dalam membangun kepuasan serta loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pemilihan produk yang tepat dan adaptif perlu menjadi perhatian utama bagi pengelola salon untuk meningkatkan daya saing layanan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Produk Perawatan Rambut, Salon Kecantikan, *Systematic Literature Review*.

ABSTRACT: This research is motivated by the increasing demand for more personalized salon services by customers, particularly in selecting hair care products tailored to individual conditions and needs. This study aims to identify the types of hair care products used in salons and analyze their contribution to customer satisfaction. The method used was a systematic literature review (SLR) of various relevant scientific publications from 2016 to 2025. Data were collected through searching and selecting articles based on predetermined inclusion and exclusion criteria, then analyzed using thematic analysis to identify key patterns and themes. The results indicate that the use of hair care products significantly influences salon customer satisfaction. The level of satisfaction is influenced by the suitability of the product to the hair condition, the quality of the ingredients used, the effectiveness of the treatment results, and the competence of the therapist in applying the product. In addition to functional aspects, a positive service experience also strengthens customer perceptions of the quality of the treatment received. These findings confirm that hair care products are a strategic component of salon service quality and play a crucial role in building customer satisfaction and loyalty. Therefore, selecting appropriate and adaptive products needs to be a primary concern for salon managers to continuously improve service competitiveness.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Hair Care Products, Beauty Salon, Systematic Literature Review.



How to Cite: Lukman, L. L. I., Aprilia, A., YS, O. Z. R., & Wahyuningsih, S. E. (2026). Jenis Produk Perawatan Rambut yang Digunakan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Salon. *Educatoria : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 571-578. <https://doi.org/10.36312/educatoria.v6i3.1397>



Educatoria : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan is Licensed Under a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Industri kecantikan mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, termasuk pada sektor jasa salon yang menawarkan berbagai layanan perawatan rambut dan kecantikan. Persaingan yang semakin ketat mendorong pelaku usaha salon untuk tidak hanya mengandalkan keterampilan teknis, tetapi juga memperhatikan kualitas layanan dan kualitas produk yang digunakan selama proses perawatan (Prasetyo *et al.*, 2021). Dalam industri jasa, kualitas layanan dan kualitas produk merupakan dua komponen utama yang membentuk persepsi pelanggan terhadap nilai yang diterima dan pengalaman yang dirasakan selama menggunakan layanan (Mangarin & Gonzaga, 2021; Putri *et al.*, 2025).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan salon dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, persepsi nilai, serta kualitas produk yang digunakan dalam proses pelayanan (Kamila, 2018; Putri *et al.*, 2025). Penelitian lain juga menemukan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa kecantikan (Melati & Puspitasari, 2025). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada industri salon merupakan hasil interaksi berbagai faktor yang saling berkaitan.

Penggunaan produk perawatan rambut merupakan salah satu faktor yang memiliki posisi strategis, karena secara langsung memengaruhi hasil perawatan yang diterima pelanggan. Produk seperti sampo, *conditioner*, masker rambut, serum, maupun produk perawatan khusus lainnya memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda sesuai dengan kondisi rambut dan kulit kepala pelanggan (Alessandrini & Piraccini, 2016). Seiring perkembangan industri kosmetik, berbagai inovasi produk berbahan alami maupun formulasi yang lebih aman terus dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas perawatan sekaligus meminimalkan risiko kerusakan rambut (Gubitosa *et al.*, 2019). Oleh karena itu, pemilihan produk yang tepat menjadi bagian penting dalam proses pelayanan salon karena dapat memengaruhi kualitas hasil perawatan serta pengalaman pelanggan secara keseluruhan (Rantika, 2017).

Meskipun hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan telah banyak dikaji, sebagian besar penelitian terdahulu masih menempatkan produk sebagai salah satu variabel umum dalam evaluasi kualitas layanan salon tanpa mengidentifikasi secara spesifik jenis produk perawatan rambut yang digunakan serta kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang ada lebih banyak berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan, harga, pengalaman pelanggan, atau persepsi nilai terhadap kepuasan pelanggan (Kamila, 2018; Melati & Puspitasari,

2025; Putri *et al.*, 2025). Akibatnya, masih terdapat keterbatasan pemahaman mengenai bagaimana penggunaan berbagai jenis produk perawatan rambut dalam praktik salon berkontribusi terhadap terbentuknya kepuasan pelanggan.

Perkembangan produk perawatan rambut yang semakin beragam juga belum diikuti oleh kajian empiris yang secara khusus mengevaluasi keterkaitan antara jenis produk yang digunakan salon dengan tingkat kepuasan pelanggan. Padahal, keputusan penggunaan produk tidak hanya dipengaruhi oleh aspek kualitas, tetapi juga oleh pertimbangan biaya, ketersediaan produk, serta kebijakan operasional salon. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan industri perawatan rambut dan ketersediaan bukti ilmiah mengenai kontribusi penggunaan produk terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks layanan salon.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kebutuhan akademik untuk mengkaji lebih lanjut penggunaan produk perawatan rambut pada layanan salon dan hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis produk perawatan rambut yang digunakan di salon serta menganalisis kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian memperkaya kajian mengenai faktor-faktor pembentuk kepuasan pelanggan pada industri jasa kecantikan, khususnya dari perspektif penggunaan produk perawatan rambut yang masih relatif terbatas dikaji dalam penelitian sebelumnya. Temuan penelitian juga menjadi dasar bagi pelaku usaha salon dalam menentukan strategi pemilihan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR), yaitu suatu pendekatan penelitian yang dilakukan melalui identifikasi, evaluasi, dan sintesis secara sistematis terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang dikaji (Snyder, 2019; Xiao & Watson, 2017). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara penggunaan produk perawatan rambut dan tingkat kepuasan pelanggan salon berdasarkan temuan empiris yang telah dipublikasikan.

Fokus kajian diarahkan pada berbagai jenis produk perawatan rambut yang digunakan dalam layanan salon kecantikan, meliputi *shampoo*, *conditioner*, *hair treatment*, dan produk *styling*, serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dipahami sebagai evaluasi pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka.

Proses pencarian literatur dilakukan pada basis data *Google Scholar*, *Scopus*, *ScienceDirect*, dan Garuda. Pencarian artikel menggunakan kombinasi kata kunci: “*hair care products*”, “*hair treatment*”, “*salon services*”, “*customer satisfaction*”, “*beauty salon*”, “produk perawatan rambut”, dan “kepuasan pelanggan salon”. Artikel yang dipertimbangkan adalah publikasi ilmiah yang terbit pada rentang tahun 2016-2025 untuk memastikan relevansi dan kebaruan informasi.

Seleksi artikel dilakukan mengikuti tahapan *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA), yang meliputi identifikasi, penyaringan (*screening*), penentuan kelayakan (*eligibility*), dan inklusi artikel.

Kriteria inklusi meliputi: 1) artikel penelitian yang membahas produk perawatan rambut atau layanan salon kecantikan; 2) artikel yang memuat informasi mengenai kepuasan pelanggan atau kualitas layanan; 3) artikel tersedia dalam teks lengkap; dan 4) diterbitkan pada jurnal ilmiah yang terindeks atau memiliki kredibilitas akademik. Adapun kriteria eksklusi meliputi artikel duplikat, artikel yang tidak relevan dengan fokus penelitian, serta publikasi berupa opini, berita, atau artikel *non-ilmiah*. Dari hasil pencarian awal diperoleh sejumlah artikel yang kemudian diseleksi berdasarkan judul, abstrak, dan isi penuh sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Artikel yang memenuhi kriteria selanjutnya dianalisis secara mendalam untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

Instrumen penelitian berupa lembar ekstraksi data yang digunakan untuk mengumpulkan informasi penting dari setiap artikel. Lembar ekstraksi data memuat beberapa komponen, yaitu: nama penulis dan tahun publikasi, lokasi penelitian, tujuan penelitian, jenis produk perawatan rambut yang dikaji, karakteristik responden, metode penelitian yang digunakan, indikator kepuasan pelanggan, temuan utama penelitian, serta implikasi hasil penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*). Tahapan analisis meliputi reduksi data, pengkodean temuan, pengelompokan tema-tema yang serupa, sintesis hasil penelitian, serta penarikan simpulan. Melalui proses tersebut diperoleh gambaran mengenai pola hubungan antara penggunaan produk perawatan rambut dengan kepuasan pelanggan salon kecantikan berdasarkan berbagai hasil penelitian yang telah dipublikasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil analisis terhadap artikel-artikel yang membahas kepuasan pelanggan pada industri salon dan layanan perawatan rambut, ditemukan tiga tema utama yang berkaitan dengan penggunaan produk perawatan rambut dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu: 1) kesesuaian jenis produk dengan kebutuhan rambut pelanggan; 2) kualitas produk perawatan rambut; dan 3) kompetensi terapis dalam penggunaan produk.

Kesesuaian Jenis Produk dengan Kebutuhan Rambut Pelanggan

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa kesesuaian jenis produk perawatan rambut merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan salon. Penelitian Yuniawati (2022) menjelaskan bahwa pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika produk yang digunakan sesuai dengan kondisi dan permasalahan rambut yang mereka alami, seperti rambut kering, berminyak, rusak akibat pewarnaan, maupun rambut rontok.

Studi Shivani *et al.* (2025) mengidentifikasi bahwa produk seperti *shampoo*, *conditioner*, *hair mask*, *hair serum*, dan *hair tonic* memiliki fungsi yang berbeda dalam mendukung kesehatan rambut. Pemilihan produk yang tepat mampu meningkatkan efektivitas perawatan dan memberikan hasil yang sesuai dengan harapan pelanggan. Sebaliknya, penggunaan produk yang tidak sesuai dapat menurunkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan salon meskipun pelayanan yang diberikan sudah baik. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan layanan salon tidak hanya ditentukan oleh proses pelayanan, tetapi



juga oleh kemampuan salon dalam menyesuaikan jenis produk dengan kebutuhan spesifik pelanggan.

Kualitas Produk Perawatan Rambut sebagai Pembentuk Kepuasan Pelanggan

Tema kedua yang ditemukan dalam literatur adalah pentingnya kualitas produk yang digunakan selama proses perawatan rambut. Penelitian Taufik *et al.* (2022) menyebutkan bahwa kualitas produk berkontribusi terhadap persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan secara keseluruhan. Produk yang mengandung bahan-bahan berkualitas, aman digunakan, dan mampu memberikan hasil yang nyata cenderung meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, produk yang menimbulkan efek samping seperti iritasi kulit kepala, rambut menjadi kering, atau hasil perawatan yang tidak bertahan lama dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Penelitian Handayani *et al.* (2022) mengenai perilaku konsumen juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan dan niat untuk melakukan kunjungan ulang. Dalam konteks salon, kualitas produk menjadi bagian dari pengalaman layanan yang secara langsung dirasakan oleh pelanggan melalui kondisi rambut setelah perawatan. Hasil sintesis ini memperlihatkan bahwa kualitas produk merupakan elemen yang tidak dapat dipisahkan dari kualitas layanan, karena pelanggan mengevaluasi hasil akhir perawatan berdasarkan manfaat yang diperoleh dari produk yang digunakan.

Kompetensi Terapis dalam Penggunaan Produk Perawatan Rambut

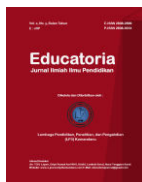
Selain jenis dan kualitas produk, penelitian Azzahra & Yanita (2024) menunjukkan bahwa keterampilan terapis atau *hair stylist* dalam mengaplikasikan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Chen & Ho (2021) juga menegaskan bahwa produk berkualitas tinggi tidak selalu menghasilkan kepuasan optimal apabila tidak digunakan dengan teknik yang tepat. Oleh karena itu, kompetensi tenaga profesional menjadi faktor penting dalam menunjang keberhasilan layanan dan kepuasan pelanggan.

Kompetensi terapis mencakup kemampuan menganalisis kondisi rambut pelanggan, memilih produk yang sesuai, menentukan dosis penggunaan, serta menerapkan prosedur perawatan secara benar. Pelanggan cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap layanan ketika terapis mampu menjelaskan manfaat produk dan memberikan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Temuan ini menunjukkan adanya hubungan antara kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan produk. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan tidak hanya dibentuk oleh karakteristik produk, tetapi juga oleh kemampuan tenaga profesional yang menggunakannya.

Pembahasan

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa penggunaan produk perawatan rambut memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan salon. Berbeda dengan sebagian besar penelitian sebelumnya yang lebih banyak menyoroti kualitas layanan, harga, dan citra merek sebagai faktor utama kepuasan pelanggan, hasil kajian ini menunjukkan bahwa jenis produk perawatan rambut merupakan aspek yang juga perlu mendapat perhatian khusus.

Berdasarkan ketiga tema yang ditemukan, kepuasan pelanggan terbentuk melalui interaksi antara kesesuaian jenis produk, kualitas produk, dan kompetensi



terapis dalam penggunaannya. Ketiga faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif. Produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan didukung oleh kualitas bahan yang baik akan memberikan hasil perawatan yang optimal. Hasil tersebut akan semakin maksimal apabila diaplikasikan oleh terapis yang memiliki kompetensi memadai.

Temuan ini memperkuat teori kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika kinerja yang dirasakan pelanggan mampu memenuhi atau melebihi harapan mereka. Dalam konteks salon, harapan pelanggan tidak hanya terkait dengan pelayanan yang ramah dan fasilitas yang nyaman, tetapi juga berkaitan dengan efektivitas produk perawatan yang digunakan selama proses pelayanan.

Dengan demikian, salon perlu memperhatikan pemilihan produk perawatan rambut yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, memastikan kualitas produk yang digunakan, serta meningkatkan kompetensi tenaga kerja dalam mengaplikasikan produk tersebut. Strategi tersebut dapat menjadi upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus mendorong loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

SIMPULAN

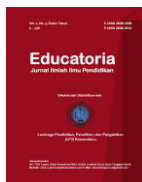
Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa jenis produk perawatan rambut memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada layanan salon kecantikan. Produk yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan rambut pelanggan mampu memberikan hasil perawatan yang lebih optimal, sehingga meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, dan persepsi positif terhadap kualitas layanan salon. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas bahan produk, teknik aplikasi oleh terapis, serta pengalaman layanan yang diberikan selama proses perawatan berlangsung. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling berkaitan, sehingga pemilihan produk perawatan rambut tidak dapat dipandang sebagai elemen pelengkap dalam layanan salon. Oleh karena itu, pelaku usaha salon perlu menerapkan strategi yang lebih selektif dan adaptif dalam memilih produk serta meningkatkan kompetensi terapis guna menciptakan layanan yang berkualitas dan berorientasi pada kepuasan pelanggan jangka panjang.

SARAN

Pelaku usaha salon disarankan untuk lebih selektif dalam memilih produk perawatan rambut yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, serta meningkatkan kompetensi berlapis dalam penggunaan produk. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji pengaruh jenis produk perawatan rambut secara lebih mendalam melalui penelitian lapangan agar diperoleh hasil yang lebih spesifik dan komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

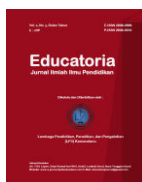
Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan artikel ini. Terima kasih juga kepada seluruh anggota kelompok atas kerja sama dan kontribusi yang diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis turut



berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pelaksanaan penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR RUJUKAN

- Alessandrini, A., & Piraccini, B. M. (2016). *Essentials of Hair Care Cosmetics. Cosmetics*, 3(4), 1-10. <https://doi.org/10.3390/cosmetics3040034>
- Azzahra, N., & Yanita, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Salon Kecantikan Erlin *Beauty Gallery. Intellektika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 37-43. <https://doi.org/10.59841/intellektika.v3i3.2698>
- Chen, H.-J., & Ho, M.-X. (2021). Integrating the Peak-end Rule and the Kano Model in Assessing the Product-Use Process. *International Journal of Affective Engineering*, 20(3), 171-179. <https://doi.org/10.5057/ijae.IJAE-D-21-00003>
- Febrianto, A., Siroj, R. A., & Hartatiana, H. (2024). Studi Literatur: Landasan dalam Memilih Metode Penelitian yang Tepat. *Journal Educational Research and Development*, 1(2), 259-263. <https://doi.org/10.62379/jerd.v1i2.142>
- Gubitosa, J., Rizzi, V., Fini, P., & Cosma, P. (2019). Hair Care Cosmetics: From Traditional Shampoo to Solid Clay and Herbal Shampoo, A Review. *Cosmetics*, 6(1), 1-16. <https://doi.org/10.3390/cosmetics6010013>
- Handayani, P. T., Kepramareni, P., & Kusuma, I. G. A. E. T. (2022). The Analysis of the Quality of the Physical Environment, Service and Product on Revisit Intention through Customer Satisfaction at a Coffee Shop in Kintamani-Bali. *European Journal of Business and Management Research*, 7(6), 115-119. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.6.1621>
- Harahap, J. F., & Tanjung, A. S. (2024). Service Quality Strategy in Increasing User Satisfaction of Beauty Clinic Services from a Legal Perspective in Indonesia. *International Journal of Society and Law*, 2(1), 279-292. <https://doi.org/10.61306/ijsl.v2i1.108>
- Kamila, D. (2018). Experience Quality, Satisfaction, and Loyalty for Hair and Beauty Salon. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 9, 692-697. <https://doi.org/10.35313/irwns.v9i0.1136>
- Kusagur, M. S., Asifa, N., & Reddy, S. (2017). Trends in Hair Care and Cleansing: A Knowledge, Attitude, and Practice Study. *Clinical Dermatology Review*, 1(2), 56-60. https://doi.org/10.4103/CDR.CDR_4_17
- Malahati, F., Ultavia, B. A., Jannati, P., Qathrunnada, Q., & Shaleh, S. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341-348. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>
- Mangarin, R., & Gonzaga, J. (2021). Service Quality and Customer Satisfaction among Beauty Salons. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 5(5), 67-72. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2021.5503>
- Meina, E., Afriantoni, A., & Samiha, Y. T. (2025). Prinsip dan Ciri Penelitian Kualitatif dalam Kajian Sosial, Pendidikan, dan Humaniora: Sebuah Studi Literatur. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 37597-37604. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i3.6328>



- Melati, M., & Puspitasari, N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Mabi Salon Unaaaha. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 4(3), 707-720. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v4i3.1276>
- Prasetyo, F., Rachmatsyah, A. D., & Atmojo, W. T. (2021). Model DSS Penentuan Produk Berdasarkan Preferensi Konsumen dengan Analisis Konjoin. *Expert: Jurnal Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi*, 11(1), 8-14. <https://doi.org/10.36448/expert.v11i1.1942>
- Putri, N. L., Cahyani, I., Misbak, M., & Muthiarsih, T. (2025). Customer Satisfaction of Beauty N Hair Salon in Ciayumajakuning through Brand Experience and Perceived Value of Makarizo. *International Journal of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 4(6), 2728-2735. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v4i6.1742>
- Rantika, N. (2017). Mengenal Produk Perawatan Rambut yang Baik. *Majalah Farmasetika*, 2(4), 4-7. <https://doi.org/10.24198/farmasetika.v2i4.15892>
- Shivani, S., Puneet, P., Singh, G., & Kaur, H. (2025). Formulation and Evaluation of Herbal Hair Shampoo, Mask and Serum. *International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, 12(2), 1217-1231. <https://doi.org/10.32628/IJSRST251222686>
- Snyder, H. (2019). Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Sugiyono, S. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Taufik, A., Santoso, S., Fahmi, M. I., Restuanto, F., & Yamin, S. (2022). The Role of Service and Product Quality on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 68-82. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.68-82>
- Xiao, Y., & Watson, M. (2017). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 1-20. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>
- Yuniawati, Y. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Salon Johnny Andrian. *Arbitrase: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 377-382. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.519>