

## ABSTRAK

Industri kecantikan di dunia semakin digemari dengan masuknya tren fashion dari Asia, yang dikenal sebagai *Korean wave* yang sebagian besar *entertainer*-nya berpenampilan menarik, mulai dari rambut, *make-up*, sampai *style* pakaian ke seluruh dunia, termasuk Indonesia yang menyebabkan terjadinya perubahan budaya secara luas. Maraknya *Korean wave* tidak hanya berdampak pada perusahaan-perusahaan besar saja namun juga dalam usaha-usaha kecil seperti salon rumahan karena tujuan akhir dari suatu usaha adalah untuk dapat bertahan dengan memuaskan dan mempertahankan pelanggan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan (X) dan kepuasan pelanggan (Z) terhadap kesetiaan pelanggan (Y) Ardedia salon di Surabaya.

Sampel dalam penelitian ini adalah 125 orang, menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenience-purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan pelanggan, namun penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak memediasi antara kualitas layanan dan kesetiaan pelanggan. Dari penelitian tersebut ditemukan kualitas layanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam kesetiaan pelanggan. Indikator yang paling berpengaruh dalam kualitas layanan adalah *assurance* dan kesetiaan pelanggan dipengaruhi secara dominan oleh indikator “Pilihan pelanggan untuk mengunjungi Ardedia salon tidak akan berubah walaupun telah direkomendasikan orang lain untuk pindah ke salon lain”. Dari hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui bahwa 65.5% kualitas layanan menjelaskan kesetiaan pelanggan.

**Kata kunci:** kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kesetiaan pelanggan.