

## BAB V SIMPULAN

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner mengenai Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2), Kepercayaan Pelanggan(X3), dan Kualitas Produk (X4) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen, artinya bahwa ketika pelanggan klinik MAC merasakan kualitas pelayanan yang baik dan membekas setelah melakukan perawatan di klinik MAC maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan tersebut akan Klinik MAC.
2. Variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen, artinya bahwa

ketika pelanggan klinik MAC merasa puas setelah melakukan perawatan di klinik MAC maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan tersebut terhadap Klinik MAC.

3. Variabel Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen, artinya bahwa ketika pelanggan klinik MAC merasakan percaya setelah melakukan perawatan di klinik MAC maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan tersebut akan Klinik MAC.
4. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen, artinya bahwa ketika pelanggan klinik MAC merasakan kualitas produk yang dihasilkan klinik MAC bagus dan bermanfaat bagi pelanggan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan tersebut akan Klinik MAC.
5. Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Klinik Malido *Aesthetic Center* Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi dari keempat variabel tersebut memainkan peran penting dalam membentuk dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, pihak klinik perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, memastikan kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan yang kuat, serta menjaga mutu produk yang ditawarkan dan

terus berinovasi agar kliniknya terus tumbuh dan berkembang lebih baik lagi.

## 5.2. Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan tidak lepas dari keterbatasan, penulis mengharapkan dapat disempurnakan oleh peneliti selanjutnya. Semoga keterbatasan yang disampaikan penulis dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya, adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi apabila dilakukan pada objek yang berbeda kemungkinan hasil dalam penelitian ini akan berbeda.
2. Penelitian ini dilakukan pada variable Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Produk. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi Loyalitas Klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen.

## 5.3. Implikasi

### 5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran dan upaya peningkatan strategi bagi pihak - pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak klinik MAC untuk tetap mempertahankan pelayanannya, dan bila perlu lebih ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya, dengan cara perusahaan meningkatkan komunikasi yang lebih baik kepada pelanggan, memberikan respon yang lebih tanggap dan empati kepada pelanggan supaya pelanggan merasa diperhatikan dan diberikan layanan yang prima. Dengan hal tersebut pelanggan akan merasakan bahwa memilih perawatan di klinik MAC adalah keputusan yang tepat dan pelanggan akan tetap loyal ke klinik MAC.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak klinik MAC untuk tetap mempertahankan kepuasan pelanggan, dan menjaga agar pelanggan selalu puas dengan hasil perawatan di Klinik MAC, dengan cara perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas treatment, berikan servis yang baik, yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Dengan hal tersebut pelanggan akan merasakan bahwa memilih perawatan di klinik MAC adalah keputusan yang tepat karena pelanggan merasa puas akan harga yang telah dikeluarkan untuk perawatan di klinik MAC dan pelanggan akan tetap loyal ke klinik MAC dan selalu memilih klinik MAC untuk pilihan treatmentnya.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen. Artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak klinik MAC untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan baik, dengan cara menjaga konsistensi dalam peningkatan mutu layanan, seperti dengan memastikan beautician bekerja secara profesional, staf bersikap ramah, serta pelayanan diberikan secara cepat dan akurat. Di samping itu, kejelasan informasi mengenai prosedur tindakan, biaya layanan, serta kemungkinan risiko perlu ditingkatkan guna memberikan rasa aman dan keyakinan bagi pelanggan. Klinik MAC juga dapat menunjukkan kepeduliannya terhadap kenyamanan dan kepuasan pelanggan melalui tindak lanjut setelah perawatan. Sebagai bentuk penghargaan terhadap pelanggan setia, pengembangan program loyalitas juga menjadi strategi yang tepat untuk mempererat hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan hal tersebut

pelanggan akan merasakan bahwa memilih perawatan di klinik MAC adalah keputusan yang tepat karena pelanggan merasa percaya kepada klinik MAC dan pelanggan akan tetap loyal ke klinik MAC dan selalu memilih klinik MAC untuk pilihan treatmentnya.

4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada klinik Malindo *Aesthetic Center* Kebumen. Artinya semakin tinggi atau baik kualitas produk maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak klinik MAC untuk selalu menjaga kualitas produknya dengan baik, dengan cara berusaha menciptakan produk yang efektif, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu kemasan yang menarik juga mampu untuk menarik minat beli pelanggan. Hal tersebut dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan sehingga mendorong mereka untuk kembali menggunakan layanan dari Klinik MAC. Untuk itu, penting bagi klinik untuk mempertahankan kualitas produk secara konsisten, baik dari sisi komposisi, efektivitas hasil, maupun kenyamanan saat digunakan. Penyampaian informasi yang lengkap dan mudah dipahami mengenai manfaat serta cara penggunaan produk juga perlu diperhatikan. Selain itu, melakukan inovasi serta memperbarui produk secara rutin agar selaras dengan kebutuhan dan tren pasar merupakan langkah strategis dalam mempertahankan loyalitas

pelanggan. Dengan hal tersebut pelanggan akan merasakan bahwa memilih perawatan dan membeli produk di klinik MAC adalah keputusan yang tepat karena pelanggan merasa semua ekpetasinya terpenuhi di klinik MAC dan otomatis pelanggan akan tetap loyal ke klinik MAC dan selalu memilih klinik MAC untuk pilihannya.

### **5.3.2 Implikasi Teoritis**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, implikasi teoritis yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini memperkuat teori kualitas pelayanan (seperti model SERVQUAL) yang menyatakan bahwa pelayanan yang baik adalah dasar utama terbentuknya loyalitas pelanggan. Dalam bisnis klinik kecantikan, pelayanan tidak hanya soal ketepatan prosedur, tetapi juga menyangkut bagaimana pelanggan diperlakukan apakah merasa dihargai, diperhatikan, dan dilayani dengan empati. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik memiliki dampak yang besar untuk ketahanan suatu usaha, dan dengan pelayanan yang prima seringkali menjadi alasan utama pelanggan memilih untuk kembali dan terus loyal terhadap perusahaan atau brand tertentu.
2. Memperkuat teori Service Dominant Logic (S-D logic) yang menyatakan bahwa perusahaan harus memfokuskan energi dan sumber daya mereka untuk mengintegrasikan kompetensi, pengetahuan, dan keterampilan khusus yang dinamis untuk

menciptakan dan memberikan layanan, serta harus menjadi prinsip dasar untuk semua aktivitas bisnis. Teori SDL memandang bahwa pelanggan bukan sekadar penerima nilai, tetapi aktor aktif dalam proses penciptaan nilai melalui interaksi, pengalaman, dan hubungan jangka panjang dengan penyedia layanan. Penelitian ini menunjukkan nilai layanan di Klinik MAC tidak hanya berasal dari pihak klinik sebagai penyedia jasa, tetapi juga dibentuk bersama melalui hubungan dan interaksi dengan pelanggan. Hasil bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh besar terhadap kepuasan dan loyalitas mendukung konsep SDL, yaitu penciptaan nilai bersama (*co-creation*). Selain itu, pentingnya hal-hal yang tidak tampak secara fisik seperti empati, komunikasi, dan pengalaman pelayanan membuktikan bahwa proses interaksi juga banyak berperan.

3. Penelitian ini menjawab inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian Yati & Dewi (2023), Lie, *et al.* (2019), Putri *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pada penelitian ini semua variabel tersebut berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di klinik

kecantikan. Penelitian ini menghasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,466 atau 46,6% dalam menjelaskan variabel dependen. Artinya variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 46,6%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Produk sebesar 46,6% sedangkan 53,4% ditentukan oleh variabel lainnya diluar model yang tidak terdeteksi atau diteliti dalam penelitian ini. Penelitian lebih lanjut dapat mengganti atau menambahkan variabel lain sebagai variabel moderasi atau variabel terkait loyalitas, seperti citra merek (brand image), Persepsi harga, rasa hormat terhadap merek (brand respect), atau persepsi nilai (perceived value). Dengan cara ini, kajian tentang loyalitas pelanggan di industri kecantikan akan semakin kaya dan memberikan wawasan lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas terhadap layanan yang diberikan oleh klinik kecantikan.