V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Klinik Kecantikan Kusuma di Bandar Lampung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- Kepuasan konsumen mempunyai dampak positif terhadap loyalitas konsumen pada Klinik Kecantikan Kusuma di Bandar Lampung. Ini berarti semakin puas konsumen terhadap barang dan jasa dari Klinik Kecantikan Kusuma, maka semakin besar pula loyalitas yang akan tercipta.
- Berdasarkan hasil uji signifikansi pada probabilitas t diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X) signifikan pada probabilitas 0,000 < 0,05.
 Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian sesuai dengan hipotesis.
- 3. Berdasarkan uji t, maka besarnya nilai t_{hitung} adalah 5,634 dan t_{tabel} pada tingkat signifikan 95% adalah 1,984 yang artinya perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah **5,634** > **1,984** atau t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} pada taraf signifikan 95%. Dengan demikian maka hipotesis penelitian diterima, artinya, kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Klinik Kecantikan Kusuma di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan kontribusi terhadap perbaikan elemen-elemen kepuasan yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti antara lain:

- 1. Dari hasil penelitian diperoleh hasil yaitu elemen pembentuk kepuasan *Expectactions* dan *Confirmation/Disconfirmation* menunjukkan hasil yang sangat baik. Artinya antara harapan dengan kinerja produk dan pelayanan yang diberikan oleh Klinik Kecantikan Kusuma memberikan kepuasan kepada konsumen. Apabila harapan yang dikonfirmasikan lebih ditingkatkan, maka konsumen akan lebih puas dan menjadi konsumen yang loyal.
- 2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa elemen *Comparison* yang artinya konsumen membandingkan dengan hasil yang diperolehnya di Klinik kecantikan Kusuma dengan hasil yang diperoleh dari klinik lain. Terdapat kecenderungan konsumen beralih ke klinik lain. Hal ini perlu segera ditanggulangi dengan adanya promosi, *Word of mouth* yang bernada positif, peningkatan kualitas produk dan layanan, memberikan harga *spesial* untuk menarik minat konsumen serta menambah jumlah karyawan dan tenaga dokter ahli dibidang kecantikan. Peningkatan dalam berbagai aspek tersebut dimaksudkan untuk memberikan nilai tambah terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen akan bertahan dan loyal terhadap Klinik kecantikan Kusuma.

5.3 Keterbatasan penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya menggunakan dua variabel dan hanya menggunakan satu objek penelitian. Kuesioner yang disebarpun hanya 100 kuesioner. Untuk selanjutnya diharapkan agar penelitian ini dapat dikembangkan dan diperluas agar dapat bermanfaat bagi pihak lain.