

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

1. Dari 64 pelanggan wanita sebagian besar dengan loyalitas pelanggan wanita loyal sebesar 64,1%, harga murah sebesar 57,8%, engan pelayanan memuaskan sebesar 54,7%, kualitas produk memuaskan sebesar 51,6%, dan mendapatkan promosi sebesar 54,7%.
2. Ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan wanita pada Klinik Kecantikan X Gandaria City Jakarta Selatan Tahun 2024 dengan *p value* 0,000.
3. Ada pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan wanita pada Klinik Kecantikan X Gandaria City Jakarta Selatan Tahun 2024 dengan *p value* 0,000.
4. Ada pengaruh kualitas produk ( $p = 0,003$ ), dan promosi penjualan ( $p = 0,001$ ), terhadap loyalitas pelanggan wanita pada Klinik Kecantikan X Gandaria City Jakarta Selatan Tahun 2024 dengan *p value* 0,000.
5. Ada pengaruh harga ( $p = 0,000$ ), pelayanan ( $p = 0,000$ ), kualitas produk ( $p = 0,003$ ), dan promosi penjualan ( $p = 0,001$ ), terhadap loyalitas pelanggan wanita pada Klinik Kecantikan X Gandaria City Jakarta Selatan Tahun 2024 dengan *p value* 0,000.

#### **5.1 Saran**

##### **5.2.1 Bagi Perusahaan**

Klinik diharapkan dapat mempertimbangkan untuk menurunkan harga dengan melakukan perbandingan harga antara klinik X dengan klinik lain dan meningkatkan kualitas produk dengan menjelaskan keunggulannya dan jika ditemukan adanya efek samping agar segera diberikan penjelasan terlebih dahulu sebelum pelanggan membelinya agar mereka mengerti dan memahami terhadap

produk yang dibelinya. Tidak lupa mempertahankan kualitas pelayanan dan meningkatkan promosi penjualan lebih baik lagi agar dapat mempertahankan pelanggan dan bersaing dengan perusahaan lain.

### **5.2.2 Bagi Institusi Pendidikan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan informasi tentang ilmu pemasaran, khususnya pengaruh harga, layanan, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

### **5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel yang berbeda dan jumlah sampel yang lebih banyak agar bisa dijadikan referensi bagi peneliti berikutnya.

