

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan terhadap hasil penelitian melalui analisis dengan menggunakan spss antara variabel-variabel bebas Kualitas Pelayanan dan kepercayaan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan *Beauty Lounge* Padang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan *Beauty Lounge* Padang. Artinya semakin baik Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi Kepuasan Pelanggan *Beauty Lounge* Padang.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Artinya semakin tinggi kepercayaan pelanggan maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan *Beauty Lounge* Padang.

#### 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan pada kesimpulan hasil pengujian hipotesis maka peneliti mengajukan beberapa implikasi penting yang dapat memberikan manfaat bagi :

1. *Beauty Lounge* Padang dapat mempertahankan bahkan bisa meningkatkan kualitas pelayanannya untuk pelanggan, terutama pelayanan dari karyawan yang memberikan jasa terhadap pelanggan. Karyawan dapat memberikan pelayanan yang baik dan nyaman demi mendapatkan kepuasan dari pelanggan agar pelanggan juga memberikan feedback dengan terus berlangganan dengan *Beauty Lounge*.

2. *Beauty Lounge* Padang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap jasa dan produk yang diberikan kepada pelanggan, dengan cara memberikan jasa dan produk sesuai dengan iklan atau promosi yang ditampilkan, juga dapat dengan cara memberikan

pelanggan tawaran harga yang sesuai atau yang menarik sehingga pelanggan merasa percaya dan betah untuk melakukan perawatan di *Beauty Lounge* Padang.

### **5.2.1 Keterbatasan dan Saran untuk peneliti selanjutnya**

Peneliti menyadari bahwa peneliti masih memiliki sejumlah kelemahan yang disebabkan adanya keterbatasan yang peneliti miliki selama proses penelitian ini berlangsung. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut antara lain :

1. Jumlah responden yang hanya 62 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan atau hasil dari Kepuasan Pelanggan yang telah menggunakan jasa di *Beauty Lounge* Padang.

2. Dalam proses pengambilan data informasi yang diberikan responden melalui kuisioner terkadang tidak menunjukkan pendapat pemikiran, tanggapan, dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti kejujuran dalam pengisian pendapat kuisionernya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka penulis memberikansaran sebagai berikut:

#### **1. Bagi Pihak Perusahaan**

Untuk dapat meningkatkan Kualitas Pelayanan, dan dapat Meningkatkan Kepercayaan pelanggan kepada produk atau jasa yang diberikan , agar pelanggan terus merasa puas dan ingin selalu kembali melakukan perawatan atau membeli produk yang di jual. Kepuasan Pelanggan adalah kunci utama didalam menjalankan sebuah usaha, karena pelanggan adalah raja.

#### **2. Bagi Peneliti yang Akan Datang**

Diharapkan nanti pada penelitian selanjutnya digunakan sampel yang lebih banyak lagi. Dan peneliti yang akan datang dapat menambah faktor lain dari Kepuasan Pelanggan sehingga dapat mendorong meningkatnya kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agyapong, G. K. . (2011). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*, 6(5), 203–210.
- Ariunto, S.2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan ketujuh, Rineka Cipta, Yogyakarta
- Caloza, P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kabupaten Kendal ( *Studi Pada Telkom Plasa Kendal* ). 1–17.
- Fornell,C. & Larcker, D. F.,1981. Evaluating Structural Equation Modeling with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Ghozali, M. Dan Latten (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012). Partial Least Squares: The Better Approach To Structural Equation Modeling? *Long Range Planning*.
- Kevin Putra Mahendra Dan Ratih Indriyani (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *AGORA* (Vol. 7. No.1)
- Khoirsta, Afrinda, Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnisadministrasi Bisnis*, 25(2), 1–7.
- Kirana Apsari Ayuningyas Dan Salim Siregar (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kupuasan Nasabah. *Jurnal Management E- ISSN 2627-7872. VOL 11 NO. 1*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). Capítulo 12: Canales De Marketing: Transferencia De Valor Para El Cliente. In *Marketing*.
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks,. Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 000, Nomor November 2017).
- Lamarto, 2016 *Pengertian Kepercayaan*. Edisi 6 . penerbit universitas Diponegoro
- Lupiyoadi. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. In *Edisi Kedua*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta (hal. 73).

- Nilasari, E., & Istiatin. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13(01), 1–12.
- Panca Winahyuningsih. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zethaml, and Leonard L. Berry (1988), "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, 49 (Fall), 41-50.
- Sekaran (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2014). Metode dan Prosedur Penelitian. *e-Journal*.
- Tjiptono, F., Arli, D., & Bucic, T. (2014). Consumer confusion proneness: Insights from a developing economy. *Marketing Intelligence and Planning*
- Zeithaml, V. A. (2006). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 5.

