

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Z$ ) di Salon Sonae Beauty Studio. Berdasarkan hasil tersebut, maka membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan di Sonae Beauty Studio, maka konsumen semakin puas untuk melakukan *treatment* di Sonae Beauty Studio Madiun.

Variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen ( $Z$ ) di Sonae Beauty Studio. Berdasarkan hasil tersebut, maka membuktikan bahwa semakin baik kepercayaan pelanggan pada Salon Sonae Beauty Studio, maka konsumen semakin puas untuk menggunakan *treatment* di Salon Sonae Beauty Studio Madiun.

Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan ( $Y$ ) pada Salon Sonae Beauty Studio. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan pada Salon Sonae Beauty Studio.

Variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) pada Salon Sonae Beauty Studio. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan pada Salon Sonae Beauty Studio untuk memenuhi kebutuhan kecantikan.

Variabel Kepuasan Konsumen (Z) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Salon Sonae Beauty Studio. Hal ini membuktikan bahwa apabila kepuasan konsumen terpenuhi sesuai harapan maka konsumen akan loyal kepada produk yang ditawarkan Salon Sonae Beauty Studio Madiun.

Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) pada Salon Sonae Beauty Studio. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen setelah menggunakan treatment di Salon Sonae Beauty Studio.

Variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan konsumen (Z) pada Salon Sonae Beauty Studio. Hasil penelitian tersebut, membuktikan bahwa kepercayaan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen menggunakan treatment yang ada di Salon Sonae Beauty Studio.

## **B. Implikasi dan Saran**

Implikasi dalam penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk pengembangan ilmu terutama pada ilmu manajemen pemasaran. Beberapa implikasi dan saran berdasarkan simpulan, sebagai berikut.

### **1. Implikasi**

#### **a. Bagi Sonae Beauty Studio**

Bagi suatu usaha jasa salon Sonae Beauty Studio diharapkan dapat dijadikan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan

kepercayaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.

b. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi masyarakat dalam memilih salon treatment yang sesuai dengan kebutuhan dan harga yang ditawarkan.

## **2. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

a. Bagi Sonae Beauty Studio

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menggunakan pada Sonae Beauty Studio hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar terjadi peningkatan dalam pelayanan.

b. Bagi Peneliti

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menyempurnakan penelitian ini dengan menambahkan variabel penelitian yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c. Bagi Unipma Madiun

Penelitian ini bisa menjadi sumbangan pemikiran dan dapat menambah kepustakaan baca yang ada dipustaka kemudian dijadikan sebagai bahan referensi, untuk penelitian selanjutnya, baik di lingkungan kampus Universitas PGRI Madiun, ataupun luar kampus.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan terkait dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Sonae Beauty Studio

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menggunakan pada Sonae Beauty Studio hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar terjadi peningkatan dalam pelayanan.

### 2. Bagi Peneliti

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menyempurnakan penelitian ini dengan menambahkan variabel penelitian yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### 3. Bagi Unipma Madiun

Penelitian ini bisa menjadi sumbangan pemikiran dan dapat menambah kepustakaan baca yang ada diperpustakaan kemudian dijadikan sebagai bahan referensi, untuk penelitian selanjutnya, baik di lingkungan kampus Universitas PGRI Madiun, ataupun luar kampus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afreza, C. (2024). *Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Market*. 13, 105–124. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1005>
- Agus, I. K., & Putra, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada CV . Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung*. 1(4), 1279–1291.
- Akbar, R., & Am, A. N. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Kampar Bakery Bangkinang). *Jurnal Manajemen*, 18(2), 194–224. <https://doi.org/10.25170/jm.v2i18.1832>
- Akdon, R. dan. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Alfabeta.
- Alimbudiono, L. S. (2020). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. CV. Jakad Media Publishing.
- Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 39–47. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>
- Bakar, A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Christian Elizar, Ratna Indrawati, T. Y. R. S. (2020). *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, and Customer Loyalty in Service of Paediatric Polyclinic Over Private Hospital of East Jakarta, Indonesia*. 4(2).
- Fajarini, A., & Meria, L. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty Inc )*. 1.
- Fraulen, A., Putri, D. S., Yuanita, R. R., & Fitriyono, R. A. (2022). E-issn 2686 - 5661. *Pentingnya Peran Pancasila Sebagai Pedoman Hidup Generasi Z*, 3(12), 145–152.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Simamora)*. Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty*. Erlangga.

- Halimatussakdiah, C. F. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Variabel Kepuasan Pada PT. Indah Logistik Cargo Di Kota Langsa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(4). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Harjadi, D. (2021). *The Effect of Service Quality and Trust on Customer Loyalty and Satisfaction : A Case Study of Online Taxi Customers in Indonesia*. 27(06), 1513–1523. <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.06.120>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Raja Grafindo Perkasa.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 26. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23511.26-33>
- Keni, J. (2020). *Prediksi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*. II(1), 110–121.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Made, N., Quality, S., & Satisfaction, C. (2023). *The role of trust in mediating the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in the money changer industry badung regency*. 497–512.
- Mahyarni, M. (2013). Teori TRA Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El- Rizasah*, 4(1), 13.
- Naisha, C. V., & Nusantara, M. (2022). *Effect of trust , quality of service and product quality on consumer loyalty in*. 4(1), 54–65.
- Novitasari, M., Amah, N., Ayera, A., Aziz, A., & Gunardi, A. (2024). Service Quality and Customer Loyalty: the Role of Satisfaction and Trust in Indonesian Sharia Bank. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 17(1), 87–98. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v17i1.12659>

- Primaputra, R. Z., & Sudaryanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Rachman, R., & Oktavianti, R. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Online ( Survei Pengguna Produk UniPin )*. 5(1), 148–153.
- Ramadhan, H., Edward, Y. R., & Ariesa, Y. (2021). *Analysis Of The Influence Of Service Quality And Trust On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variable In Menantea Field*. 1498–1506.
- Siswadhi, F., Ahmad, M., & Sarmigi, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Religiusitas terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt. Bank Nagari. *JBEE : Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 4(1), 49–62. <https://journal.shantibhuana.ac.id/index.php/bee/article/view/411>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Sulaiman, S. M., Muhammad, M. A., & Muhammad, A. D. (2021). *Mediating Role of Customer Satisfaction between Service Quality and Customer Loyalty with Non-Interest Bank in Nigeria*. 4(January), 1–30.
- Surahman, I. G. N., Ngurah, P., Yasa, S., & Wahyuni, N. M. (2020). *The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency*. 7, 46–52.
- Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Tantawi, R., & Husaini. (2017). Analisis Pengaruh Sikap , Norma Subyektif dan Keperilakuan terhadap Niat Konsumen Membeli Smartphone Blackberry. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 1(2), 161–174.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Waruwu, H. M. P. B., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud. Wery Bakery Miga Kota

Gunungsitoli. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1542–1548.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/44014/40252>

- Yuliamir, H., R, Y. S., Hadi, S., Rahayu, E., & Palupiningtyas, D. (2023). Peranan kepuasan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan, customer experince, dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen hotel bintang 4 di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 42–53.
- Yuliana, & Purnama, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *Manajemen Pemasaran Jasa*, 4(2), 9.