

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Penelitian yang melibatkan 100 responden pelanggan Natasha Skin Clinic mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap minat membeli, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Natasha Skin Clinic maka semakin tinggi kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dimasa depan. Hal ini mengindikasikan bahwa perasaan puas dan senang yang dirasakan pelanggan muncul akibat dari kualitas layanan yang mereka terima sesuai atau melebihi ekspektasi mereka, baik dari sisi keandalan pelayanan, daya tanggap, ketepatan dan fasilitas fisik yang disediakan.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi pelanggan harga yang ditawarkan Natasha Skin Clinic mampu meningkatkan kepuasan mereka terhadap klinik. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan memersepsikan harga perawatan terjangkau dan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang mereka terima sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Natasha Skin Clinic

3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum menjadi pendorong utama bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dimasa depan. Hal ini mengindikasikan baik atau buruknya kualitas pelayanan yang diterima pelanggan secara langsung tidak serta merta membuat pelanggan ingin melakukan pembelian ulang dimasa depan, melainkan terdapat faktor-faktor lain yang lebih dipertimbangkan pelanggan dalam minat membeli ulang jasa atau produk Natasha Skin Clinic.
4. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi pelanggan terhadap harga yang ditetapkan Natasha Skin Clinic maka kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dimasa mendatang akan meningkat juga. Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang ditawarkan sebanding dan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang mereka peroleh, sehingga harga tidak dipersepsikan sebagai beban melainkan harga yang wajar untuk memperoleh perawatan berkualitas. Persepsi harga yang positif mencerminkan pelanggan merasa mendapat nilai yang sesuai dengan biaya yang mereka keluarkan.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Hasil ini menunjukkan semakin puas pelanggan terhadap Natasha Skin Clinic maka kecenderungan mereka untuk kembali melakukan perawatan dimasa depan juga meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa

kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan layanan Natasha Skin Clinic menjadi faktor pendorong yang membentuk minat membeli ulang. Pengalaman positif yang diperoleh melalui pelayanan dan perawatan yang diterima membentuk kepercayaan sehingga mereka tidak mencari alternatif klinik sejenis.

6. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang melalui kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediasi atau menjembatani pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat membeli ulang. Hal ini mengindikasikan kualitas pelayanan yang baik secara tidak langsung mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Dengan kata lain kualitas layanan yang baik akan mendorong minat pembelian ulang apabila pelayanan tersebut mampu atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan sehingga menimbulkan rasa puas yang menjadi dasar terbentuknya keinginan membeli ulang.
7. Persepsi harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang melalui kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan kepuasan pelanggan tidak berperan sebagai variabel mediasi dalam menjembatani pengaruh persepsi harga terhadap minat membeli ulang. Hal ini mengindikasikan persepsi harga pelanggan terhadap kewajaran dan kesesuaian harga tidak membentuk rasa puas yang kemudian mendorong minat beli ulang pelanggan. Keputusan pembelian ulang cenderung

dipengaruhi pertimbangan rasional terhadap harga dibandingkan evaluasi emosional pasca beli seperti kepuasan.

4.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut saran yang dapat diberikan bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya:

1. Optimalisasi kualitas pelayanan, Natasha Skin Clinic disarankan melakukan perbaikan layanan secara menyeluruh. Saran yang diberikan yaitu dengan melakukan pemeriksaan dan perawatan peralatan secara berkala agar tetap berfungsi optimal, menetapkan jadwal serta standar kebersihan dan penataan ruang tunggu, dan menyusun pedoman penampilan bagi staf dan dokter agar tetap rapi dan profesional. Perusahaan juga perlu menetapkan target waktu tunggu maksimal yang dipantau melalui sistem antrean digital agar pelayanan sesuai jadwal yang dijanjikan, menyusun SOP kesesuaian jenis perawatan dengan keluhan kulit pelanggan disertai evaluasi hasil, serta melatih staf dan dokter dalam penanganan keluhan agar sungguh-sungguh membantu memecahkan permasalahan pelanggan. Untuk meningkatkan daya tanggap, perusahaan disarankan menambah jumlah staf pada jam sibuk dan menetapkan standar waktu respons terhadap kebutuhan maupun permintaan pelanggan, serta menanamkan budaya proaktif agar staf dan dokter senantiasa bersedia membantu tanpa menunggu diminta. Dari sisi jaminan, perusahaan perlu memastikan kompetensi dokter terus ditingkatkan melalui pelatihan dan sertifikasi agar pelanggan semakin

percaya, mengadakan pelatihan sikap dan komunikasi agar staf dan dokter selalu sopan dalam melayani, serta membekali staf dan dokter dengan pengetahuan produk dan prosedur yang memadai agar mampu menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik. Sementara itu, penerapan sistem pencatatan riwayat konsultasi pelanggan diperlukan agar staf dan dokter dapat memberikan perhatian personal terhadap permasalahan kulit tiap pelanggan, kebijakan pelayanan perlu diarahkan agar senantiasa mengutamakan kepentingan pelanggan, misalnya melalui sarana umpan balik pasca perawatan, dan perusahaan perlu memberikan pelatihan rutin kepada staf dan dokter agar lebih memahami kebutuhan spesifik kulit tiap pelanggan sehingga layanan yang diberikan lebih tepat sasaran. Seluruh langkah tersebut sebaiknya ditetapkan target dan indikator kinerjanya secara jelas serta dievaluasi secara berkala agar peningkatan kualitas layanan dapat terpantau dan berkelanjutan di setiap cabang.

2. Optimalisasi persepsi harga, Natasha Skin Clinic disarankan menyediakan paket perawatan dengan berbagai kisaran harga sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial pelanggan, serta secara berkala membandingkan struktur harga dengan klinik kecantikan lain di kelas layanan yang sama agar biaya yang dibebankan tidak memberatkan pelanggan dibanding kompetitor. Perusahaan juga perlu memastikan standar kualitas bahan, alat, dan tenaga medis benar-benar sepadan dengan harga yang ditetapkan, misalnya melalui evaluasi berkala

terhadap komposisi biaya dan kualitas layanan yang diberikan, serta secara transparan mengomunikasikan keunggulan dan manfaat tiap perawatan kepada pelanggan sehingga mereka merasa yakin dan bersedia membayar sesuai harga yang ditawarkan. Untuk menjaga daya saing, perusahaan disarankan melakukan riset pasar secara rutin terhadap harga perawatan sejenis di klinik kecantikan lain agar posisi harga Natasha Skin Clinic tetap kompetitif, serta mengevaluasi dan mengembangkan lebih lanjut program keanggotaan dan paket bundling yang sudah berjalan, misalnya dengan menambah tingkatan keanggotaan atau memperluas cakupan bundling, agar harga yang ditawarkan tetap mampu bersaing dibanding klinik lain. Perusahaan juga perlu memastikan hasil perawatan yang dirasakan pelanggan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, misalnya melalui evaluasi kepuasan pasca perawatan dan penyesuaian prosedur bila hasil belum sesuai harapan, serta secara konsisten menjaga kualitas hasil perawatan agar pelanggan merasa harga yang dibayarkan wajar dibanding manfaat yang diperoleh. Seluruh langkah tersebut sebaiknya ditetapkan target dan dievaluasi secara berkala agar strategi penetapan harga Natasha Skin Clinic tetap kompetitif sekaligus sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan pelanggan.

3. Optimalisasi kepuasan pelanggan, Natasha Skin Clinic disarankan menjaga konsistensi kualitas pengalaman perawatan di seluruh cabang, misalnya melalui standarisasi SOP layanan dan pelatihan berkala bagi

staf serta dokter, agar pelanggan merasa puas dan senang setiap kali melakukan perawatan. Perusahaan juga perlu memastikan proses konsultasi awal dilakukan secara mendalam agar ekspektasi pelanggan terhadap layanan dan hasil perawatan dapat dipahami dengan tepat sejak awal, serta melakukan evaluasi hasil perawatan secara berkala dibandingkan dengan harapan yang disampaikan pelanggan pada saat konsultasi, sehingga layanan dan hasil yang diberikan benar-benar sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, perusahaan disarankan melakukan terhadap keluhan dengan responsif dan mudah diakses, seperti sarana pengaduan khusus atau survei kepuasan pascaperawatan, bukan untuk menunggu munculnya komplain, melainkan untuk mengetahui dan menyelesaikan keluhan atau ketidakpuasan pelanggan secepat mungkin sebelum keluhan disebarluaskan. Seluruh langkah tersebut sebaiknya dipantau melalui indikator kepuasan pelanggan yang diukur secara berkala, misalnya melalui survei rutin pascaperawatan, agar tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Natasha Skin Clinic dapat terus ditingkatkan dan dipertahankan di setiap cabang

4. Optimalisasi minat beli ulang, Natasha Skin Clinic sebaiknya mengevaluasi dan mengembangkan lebih lanjut program loyalitas yang sudah berjalan, misalnya dengan menambah tingkatan hadiah atau keuntungan bagi pelanggan yang rutin melakukan perawatan, supaya minat pelanggan untuk terus kembali semakin terjaga. Klinik juga bisa membuat program, seperti memberi keuntungan bagi pelanggan yang

berhasil mengajak orang lain mencoba layanan, sehingga pelanggan yang puas lebih terdorong untuk merekomendasikan Natasha Skin Clinic ke orang-orang terdekatnya. Selain itu, klinik perlu terus memperkuat hal-hal yang membedakannya dari kompetitor, entah dari sisi hasil perawatan, kenyamanan, atau pelayanan, agar pelanggan benar-benar menjadikan Natasha Skin Clinic sebagai pilihan utama dibanding klinik lain. Terakhir, klinik disarankan lebih aktif membagikan informasi seputar perawatan melalui media sosial atau saat konsultasi langsung, misalnya edukasi soal manfaat dan prosedur tiap perawatan, supaya rasa ingin tahu pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan semakin terpenuhi dan mendorong mereka untuk mencoba.

5. Penelitian ini memiliki keterbatasan jumlah variabel, oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor lain yang mempengaruhi minat membeli ulang pelanggan. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan pada pelanggan di Kota Semarang sehingga penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan memperluas cakupan ke daerah lain agar hasil yang diperoleh tidak terbatas pada karakteristik satu daerah saja.