

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa aspek sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap minat beli pada Klinik Kecantikan *Khayla Beauty* Lamongan.
2. Variabel kualitas produk juga terbukti berpengaruh terhadap minat beli pada Klinik Kecantikan *Khayla Beauty* Lamongan.
3. Variabel harga terbukti berpengaruh terhadap minat beli pada Klinik Kecantikan *Khayla Beauty* Lamongan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli pada Klinik Kecantikan *Khayla Beauty*, sejumlah rekomendasi dapat diberikan bagi klinik tersebut dan penelitian selanjutnya:

1. Bagi Klinik Kecantikan *Khayla Beauty*
 - a. Dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh kedua terbesar terhadap minat beli. Oleh karena itu, diharapkan Klinik Kecantikan *Khayla Beauty* dapat mempertahankan bukti fisik, meningkatkan keandalan, daya tanggap, keyakinan, dan perhatian yang diberikan kepada konsumen, sehingga dapat memperkuat daya tarik konsumen.

- b. Dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap minat beli. Oleh karena itu, diharapkan bahwa Klinik Kecantikan *Khayla Beauty* dapat mempertahankan kinerja produknya, meningkatkan keandalan, dan menyempurnakan fitur yang dimilikinya.
- c. Dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa harga juga berperan dalam mempengaruhi minat beli, meskipun dengan dampak yang relatif kecil dan bersifat negatif. Oleh karena itu, diharapkan bahwa Klinik Kecantikan *Khayla Beauty* mampu menjaga keseimbangan dan meningkatkan beberapa indikator dengan nilai terendah, seperti keterjangkauan harga, ketepatan harga sehubungan dengan kualitas produk, dan daya saing harga. Selain itu klinik kecantikan *khayla beauty* juga dapat mempertahankan indikator kesesuaian harga dengan manfaat agar dapat memperkuat daya tarik konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh klinik tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, direkomendasikan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli, seperti Promosi dan *word of mouth*. Pengumpulan data lebih lanjut tentang preferensi pelanggan dan analisis tren pasar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat beli di industri kecantikan. Selain itu, penelitian dapat mempertimbangkan aspek geografis atau demografis untuk menguraikan karakteristik kelompok konsumen yang lebih spesifik. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat memberikan pandangan yang lebih

sederhana namun relevan untuk mendukung strategi pengembangan bisnis
Klinik Kecantikan.

