

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan pelanggan, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa *Make Up* Sapna. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji regresi linier berganda, uji t parsial, serta pengolahan data kuantitatif lainnya terhadap 86 responden pengguna jasa *Make Up* Sapna, maka diperoleh sejumlah temuan yang mengarah pada kesimpulan mengenai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan.

1. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa *Make Up* Sapna.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa *Make Up* Sapna.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa *Make Up* Sapna.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa *Make Up* Sapna.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki arah pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, meskipun dengan tingkat signifikansi yang bervariasi. Hasil ini mencerminkan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan,

harga, promosi, dan kualitas pelayanan, maka semakin besar pula kemungkinan mereka merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh *Make Up Sapna*.

B. Implikasi

1. Implikasi Teori

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkuat dan memperluas penerapan *Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)*, yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum menerima layanan dan persepsi terhadap kinerja aktual setelah menerima layanan. Melalui pengujian terhadap variabel kepercayaan pelanggan, harga, promosi, dan kualitas pelayanan, penelitian ini membuktikan bahwa keempat variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini mendukung konsep dalam EDT bahwa kepuasan meningkat ketika kinerja layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Secara teoritis, hal ini menegaskan bahwa dalam konteks usaha jasa, terutama di bidang tata rias seperti *Make Up Sapna*, kepercayaan, persepsi terhadap harga, efektivitas promosi, dan kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam pembentukan harapan dan evaluasi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperluas bukti empiris yang mendukung relevansi EDT dalam industri jasa kecantikan lokal.

2. Implikasi Praktis

a. Bagi pemilik usaha *Make Up* Sapna

- 1) Dapat menjadi acuan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengelolaan yang lebih baik terhadap kepercayaan pelanggan, penyesuaian harga, strategi promosi yang efektif, dan peningkatan kualitas pelayanan.
- 2) Dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga mampu menciptakan loyalitas dan memperluas jangkauan pasar.

b. Bagi Pelaku Usaha Jasa Kecantikan Lainnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan strategis untuk memahami faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan pelanggan, dan bagaimana mengelolanya secara optimal dalam konteks industri jasa.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentu tidak terlepas dari berbagai keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil dan ruang lingkup kajian. Penyampaian keterbatasan ini bertujuan agar pembaca dapat memahami bahwa hasil penelitian memiliki konteks tertentu, serta dapat menjadi acuan untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah komposisi gender responden, karena memang sebagian besar pengguna jasa *Make Up Sapna* adalah perempuan. Hal ini menyebabkan hasil penelitian lebih dominan merepresentasikan sudut pandang dan kepuasan pelanggan dari sisi perempuan saja. Padahal, dalam perkembangan industri kecantikan saat ini, pengguna jasa *make up* dari kalangan laki-laki juga mulai meningkat. Keterbatasan ini membuat penelitian belum sepenuhnya mampu menggambarkan perbedaan kepuasan berdasarkan keragaman gender.
2. Nilai koefisien pengaruh variabel kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang relatif rendah dibandingkan variabel lainnya. Meskipun secara statistik signifikan, kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan tidak sekuat variabel harga, promosi, atau kualitas pelayanan. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam konteks penelitian ini, kepercayaan pelanggan belum menjadi faktor dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan, atau kemungkinan terdapat variabel lain yang lebih relevan namun belum diteliti.

D. Saran

1. Bagi Pengelola *Make Up Sapna*

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola *Make Up Sapna* disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang jujur, profesional, dan sesuai dengan harapan. Penting bagi pengelola untuk menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas layanan agar tetap kompetitif, misalnya dengan menyediakan beberapa pilihan

paket make up yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Strategi promosi juga perlu dioptimalkan, khususnya melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang terbukti efektif dalam menarik perhatian dan membangun ketertarikan pelanggan. Selain itu, pengelola perlu memastikan kualitas pelayanan tetap konsisten, baik dari segi sikap staf yang ramah dan responsif, maupun dari segi penggunaan produk make up yang aman dan berkualitas. Untuk menjaga loyalitas pelanggan, pengelola dapat memperhatikan pengalaman pelanggan secara menyeluruh, serta mendorong mereka untuk kembali menggunakan jasa dan merekomendasikannya kepada orang lain. Evaluasi berkala terhadap pelayanan dan strategi pemasaran juga penting dilakukan agar pengelola dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan melibatkan objek atau wilayah yang lebih beragam agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Selain itu, peneliti berikutnya juga dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Berdasarkan keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat melibatkan responden laki-laki dalam jumlah yang lebih proporsional, mengingat tren industri kecantikan saat ini juga menunjukkan peningkatan jumlah pengguna jasa make up dari

kalangan pria. Dengan memperluas cakupan gender responden, hasil penelitian akan lebih representatif dan mampu memberikan gambaran kepuasan pelanggan yang lebih menyeluruh berdasarkan keragaman demografis.

4. Rendahnya nilai koefisien pengaruh variabel kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa dalam konteks penelitian ini, kepercayaan belum menjadi faktor yang dominan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pengkajian lebih dalam terhadap aspek-aspek yang membentuk kepercayaan pelanggan.

