

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uji analisis data dan uji hipotesis secara simultan dan parsial, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis data dan uji hipotesis secara simultan variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen yang menggunakan produk dan pelayanan di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya.
2. Hasil analisis data dan uji hipotesis secara parsial, dapat disimpulkan sebagai berikut :
  - a. Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen yang menggunakan produk dan pelayanan di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya.
  - b. Kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif signifikansi terhadap keputusan pembelian pembelian konsumen yang menggunakan produk dan pelayanan di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya.
  - c. Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian konsumen yang menggunakan produk dan pelayanan di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya.

- d. Koefisien determinasi secara simultan ketiga variabel independen mampu menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap variabel dependen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan keinginan konsumen hendaknya Larissa *Aesthetic Center* dapat menambah dan lebih mengutamakan komposisi bahan alami untuk meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan konsep “*back to nature*” yang dikemas semenarik mungkin. Karena hal ini yang paling dipertimbangkan konsumen untuk membeli sebuah produk yang meminimalisir bahan kimia dan juga akan berpengaruh terhadap niat beli ulang pada konsumen Larissa *Aesthetic Center* Surabaya.
2. Sesuai dengan analisa jawaban responden yang menyatakan bahwa Larissa *Aesthetic Center* Surabaya dalam melayani konsumen sudah sangat baik, dari cara pegawai menyambut konsumen, mengarahkan serta menjawab pertanyaan mengenai ketidakpahaman informasi yang diterima oleh konsumen. Namun dari pelayanan *treatment facial* masih banyak keluhan. Untuk itu Larissa *Aesthetic Center* diharapkan dapat membagi tenaga *therapist* yang sesuai dengan ahlinya, agar konsumen lebih terasa nyaman dan lebih merasakan *private treatment*, dengan mengedepankan tenaga *therapist* ahli diharap dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain berkaitan dengan variabel keputusan pembelian dan dapat menggunakan variabel seperti pengetahuan konsumen, gaya hidup, dan persepsi.