

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik Natasha Skin Care Plaza Ambarukmo yang terdiri dari *product*, *price*, *promotion*, dan *place* berdasarkan penilaian konsumen Natasha Skin Care diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran yang terdiri dari *product*, *price*, *promotion* dan *place* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Natasha Skin Care baik secara parsial maupun simultan sehingga hipotesis terbukti.
2. Dari keempat variabel penelitian *product*, *price*, *promotion*, dan *place* variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen Natasha Skin Care adalah *promotion*.

#### B. SARAN

##### 1. Saran Untuk Perusahaan

- a. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk terutama lebih memperhatikan komposisi dari produk yang dibuat sehingga aman digunakan dan semakin dipercaya oleh konsumen.
- b. Perusahaan dapat melakukan promo harga seperti harga untuk paket perawatan/pembelian produk sehingga akan lebih menarik bagi konsumen, kupon undian atau potongan harga untuk pembelian produk/perawatan.

- c. Lebih banyak lagi melakukan promosi melalui acara atau *event* tertentu sehingga lebih banyak lagi orang yang mengenal Natasha Skin Care dan produk yang dimiliki.
- d. Perlu dilakukan pentaan dan perawatan ruang klinik agar konsumen lebih nyaman ketika melakukan perawatan di Natasha Skin Care.

## **2. Saran Untuk Penelitian Mendatang**

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut faktor-faktor lain bauran pemasaran yang terdapat dalam 7P, hal ini dikarenakan variabel 4P yaitu *product, price, promotion* dan *place* hanya mampu menjelaskan 69,5 % variasi loyalitas pelanggan atau konsumen Natasha Skin Care. Penelitian ini belum memasukkan variabel 7P yang nantinya mungkin akan mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian.