

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian dari hasil ujian hipotesis dan pembahasan dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Sense berpengaruh terhadap Niat Kunjung Ulang yang artinya semakin tinggi “Sense Experience” maka akan meningkatkan Niat Kunjung Ulang dan demikian sebaliknya semakin rendah “Sense Experience” maka akan menurunkan Niat Kunjung Ulang Konsumen.
- 2) Feel berpengaruh terhadap Niat Kunjung Ulang yang artinya semakin baik “Feel Experience” maka akan meningkatkan Niat Kunjung Ulang dan demikian sebaliknya semakin buruk “Feel Experience” yang ada akan menurunkan Niat Kunjung Ulang Konsumen.
- 3) Think berpengaruh terhadap Niat Kunjung Ulang yang artinya semakin baik “Think Experience” maka akan meningkatkan Niat Kunjung Ulang dan demikian sebaliknya semakin buruk “Think Experience” yang ada akan menurunkan Niat Kunjung Ulang Konsumen.
- 4) Act berpengaruh terhadap Niat Kunjung Ulang yang artinya semakin tinggi “Act Experience” maka akan meningkatkan Niat Kunjung Ulang dan demikian sebaliknya semakin rendah “Act Experience” maka akan menurunkan Niat Kunjung Ulang Konsumen.
- 5) Relate tidak berpengaruh terhadap Niat Kunjung Ulang yang artinya “Relate Experience” tidak meningkatkan Niat Kunjung Ulang Konsumen Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung.

5.2 Saran

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:

- 1) Sense berpengaruh signifikan terhadap Niat Kunjung Ulang Konsumen Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung. Meskipun variabel Sense sudah cukup baik menurut responden, namun peneliti menyarankan agar pengelola dapat memaksimalkan daya tarik yang sudah ada pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung. Misalnya dengan terus melakukan perbaikan dari segi desain dan fasilitas ditempat. Selain itu juga perlu adanya penanganan secara khusus agar lokasi tetap terjaga kebersihannya.
- 2) Feel berpengaruh signifikan terhadap Niat Kunjung Ulang Konsumen Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung. Meskipun variabel Feel masih sudah cukup baik menurut responden, namun peneliti menyarankan agar pengelola dapat menambahkan berbagai treatment serta meningkatkan pelayanan yang ditawarkan.
- 3) Think berpengaruh signifikan terhadap Niat Kunjung Ulang Konsumen Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung. Meskipun variabel Think sudah baik namun yang baru, sehingga ketika pengunjung sudah pernah mengunjungi Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung dan mereka tidak akan bosan ketika mengunjungi kembali.
- 4) Act berpengaruh signifikan terhadap Niat Kunjung Ulang Konsumen Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung. Meskipun variabel Act sudah cukup baik menurut responden, peneliti menyarankan agar pengelola dapat menambahkan spot foto karena pada umumnya orang berkunjung saat ini adalah untuk berfoto selfie. Karena hal tersebut dirasa sudah menjadi hal biasa dan menjadi gaya hidupnya, maka pengelola perlu memanfaatkan hal tersebut dengan membuat spot foto sehingga pengunjung dapat leluasa untuk berfoto kemudian mengupload nya di media sosial sehingga hal ini akan meningkatkan niat kunjung ulang.

- 5) Relate tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Kunjung Ulang Konsumen Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung. Hal ini terjadi karena konsumen Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung tidak merasakan sikap ramah ataupun diterima yang ditunjukkan oleh pihak pengelola. Maka penulis menyarankan untuk meningkatkan pelayanan yang ada.

