

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. ElshéSkin *Aesthetic Clinic* sudah menjalankan strategi marketing mix (7P) dalam melakukan pemasaran produk dan jasa seperti produk dan jasa yang diperjualbelikan terdapat banyak varian dengan harga yang berbeda – beda, ElshéSkin *Aesthetic Clinic* gencar dalam melakukan promosi, *clinic* berada di lokasi yang strategis, terdapat beberapa karyawan yang mendukung kegiatan selama di *clinic*, tersedianya fasilitas yang cukup memadai, dan alur pelayanan pada ElshéSkin *Aesthetic Clinic* yang dilakukan berdasarkan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang berlaku.
2. Adapun beberapa kendala yang dialami oleh ElshéSkin *Aesthetic Clinic* dalam menerapkan strategi *marketing mix* (7P) pada pemasaran produk dan jasa seperti seperti terkait produk dan jasa yang diperjualbelikan, munculnya keluhan konsumen mengenai harga yang terlalu mahal, lokasi yang kurang luas, rendahnya kinerja karyawan, masalah pada bagian teknis, dan SOP yang kurang berjalan dengan lancar.

4.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan di atas, saran dari penulis untuk ElshéSkin *Aesthetic Clinic* adalah sebagai berikut:

1. Perlunya mempertimbangkan mengenai harga yang ditawarkan agar harga tidak merugikan perusahaan maupun konsumen.
2. Karyawan ElshéSkin *Aesthetic Clinic* perlu meningkatkan kedisiplinan, meningkatkan kinerja dalam bekerja, memperbaiki sikap, layanan purna jual serta memperluas pengetahuan seputar dunia kecantikan.
3. SOP yang berlaku hendaknya dapat dijalankan sebagaimana mestinya agar kegiatan yang berlangsung dapat lebih terarah.
4. Strategi promosi masih harus diperbaiki serta ditingkatkan agar promosi yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan ElshéSkin *Aesthetic Clinic* dapat lebih dikenal oleh masyarakat.
5. ElshéSkin *Aesthetic Clinic* diharap lebih meningkatkan fasilitas yang tersedia untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.