

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pelayanan *home care* pada klinik kecantikan Aa Beauty Care adalah treatment yang ditawarkan lebih lengkap dengan hasil yang memuaskan, dengan dukungan teknologi terbaru. Aa Beauty Care bekerja sama dengan apoteker untuk memastikan bahwa produk yang digunakan memenuhi standar keamanan dengan harga lebih terjangkau. Adanya pelayanan *home care*, yaitu perawatan yang bisa dilakukan di rumah pelanggan, dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan yang tidak memiliki waktu atau tidak perlu repot untuk mengunjungi klinik langsung. Durasi dari pelayanan *home care* 1 jam 30 menit, dengan pemijatan wajah dan kepala 30 menit. Dalam praktiknya, layanan *home care* melibatkan penggunaan peralatan dan produk yang sama seperti di klinik, namun dengan fleksibilitas lebih tinggi dan privat.
2. Strategi pelayanan *home care* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada klinik Aa Beauty Care dalam hal ini dapat dilihat dari seringnya melakukan perawatan. Dalam hal ini, semua aspek sudah terpenuhi dengan baik oleh pemilik dan karyawan klinik. Mulai dari kepuasan pelanggan dengan menyediakan perawatan yang menyeluruh serta adanya transparansi informasi yang diberikan. Persepsi kualitas layanan dengan menyediakan layanan yang menggunakan teknologi

terbaru dan adanya layanan klinik dan *home care*. Klinik Aa Beauty Care telah menerapkan lima elemen penting yang terbukti mampu mempertahankan pelanggan hingga saat ini dalam kualitas pelayanan. Klinik ini memastikan bahwa peralatan selalu dalam kondisi terbaik, steril, dan bersih, sehingga pelanggan merasa yakin dan puas. Keandalan dengan ketepatan waktu dan adanya pelayanan *home care*. Selain itu, daya tanggap klinik terbukti dengan respons cepat terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan. Klinik juga memberikan jaminan kualitas melalui staf terlatih dan profesional, dengan jaminan konsultasi ulang, perawatan tambahan, atau pengembalian dana yang menciptakan rasa aman bagi pelanggan.

B. Saran

1. Untuk pemilik klinik sebaiknya menerapkan pendekatan yang lebih personal dalam pelayanan *home care*. Terus mengevaluasi kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan menambahkan atau memperbarui jenis perawatan yang sesuai dengan tren. Selain memberikan THR, cobalah untuk mengembangkan program loyalitas yang memberikan poin untuk setiap kunjungan atau transaksi.
2. Untuk masyarakat sekitar. Masyarakat harus memanfaatkan diskon yang ditawarkan dengan bijak untuk mendapatkan nilai lebih dari layanan. Namun, pastikan untuk selalu memilih perawatan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi kulit. Jika masyarakat puas dengan layanan yang diberikan, rekomendasi dari mulut ke mulut dapat sangat

membantu klinik dalam membangun reputasi dan kepercayaan di masyarakat.

3. Untuk peneliti selanjutnya bisa mengkaji faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk memilih layanan home care dibandingkan dengan layanan di klinik. Ini bisa meliputi persepsi tentang kenyamanan, privasi, atau persepsi tentang kualitas layanan yang diterima di rumah.