





pekerjaan, gaya hidup, kepribadian) yang dimiliki konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk Aliya Salon dan Spa Muslimah.

3. Faktor Strategi Pemasaran meliputi lokasi, promosi, peran dan status merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk Aliya Salon dan Spa Muslimah. Untuk itu disarankan perusahaan meningkatkan promosi dengan memberikan banyak diskon atau lebih memperhatikan strategi promosi agar menarik konsumen untuk membeli produk Aliya Salon dan Spa Muslimah. Seperti meningkatkan diskon 10 % menjadi 15 %, melakukan pengawasan terhadap keindahan dan kenyamanan tempat (memperbarui dekorasi). Aliya Salon dan Spa Muslimah disarankan juga memperhatikan faktor peran dan status, misalnya dalam melayani konsumen sesuai dengan peran dan status konsumennya (benar-benar mencerminkan label Muslimah).
4. Faktor Kepuasan Konsumen meliputi produk, bukti fisik, kelompok, keluarga, motivasi dan sikap merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk Aliya Salon dan Spa Muslimah. Untuk itu disarankan Aliya Salon dan Spa Muslimah memperhatikan faktor kepuasan konsumen dalam membeli produknya dengan selalu memahami kebutuhan dan bukti fisik yang dapat ditunjukkan pada konsumen. Meningkatkan pelayanan agar rekomendasi yang diberikan keluarga atau kelompok kepada calon konsumen Aliya Salon dan Spa Muslimah adalah rekomendasi yang baik. Sehingga

