

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara penanganan keluhan dengan loyalitas pelanggan Herbalife pada Nutrition Club Sehat Ceria Bintara Bekasi Barat. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi sebesar 0,382. Maka dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan yang dilakukan secara efektif dimata konsumen maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Pada variabel penanganan keluhan, indikator pemberian informasi merupakan indikator yang paling dominan menentukan loyalitas pelanggan atau yang tertinggi pengaruhnya, yaitu sebesar 43,1%, kemudian indikator pemberian tindakan, yaitu sebesar 30%. Lalu, indikator respon sebesar 27,9%. Pada variabel loyalitas pelanggan, indikator perilaku pembelian merupakan indikator yang paling dominan, yaitu sebesar 50,3%, dan indikator perilaku pembelian sebesar 49,7%.

Loyalitas pelanggan Herbalife pada Nutrition Club Sehat Ceria Bintara Bekasi Barat ditentukan oleh penanganan keluhan sebesar 14,62% dan sisanya sebesar 85,38% dipengaruhi oleh faktor lainnya, seperti mutu produk, citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan citra merek.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara penanganan keluhan dengan loyalitas pelanggan Herbalife pada *Nutrition Club* Sehat Ceria Bintara Bekasi Barat. Hal ini membuktikan bahwa penanganan keluhan merupakan salah satu faktor yang menentukan loyalitas pelanggan.

Pada variabel penanganan keluhan, indikator pemberian informasi merupakan indikator yang paling dominan menentukan loyalitas pelanggan atau yang tertinggi pengaruhnya, yaitu sebesar 43,1%, kemudian indikator pemberian tindakan, yaitu sebesar 30%. Lalu, indikator respon sebesar 27,9%. Pada variabel loyalitas pelanggan, indikator perilaku pembelian merupakan indikator yang paling dominan, yaitu sebesar 50,3%, dan indikator perilaku pembelian sebesar 49,7%.

Dengan melihat perhitungan penilaian responden atau sikap responden untuk tiap-tiap indikator, maka implikasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. *Nutrition Club* Sehat Ceria dalam menjelaskan prosedur mendapat sikap negatif dari konsumen. Maka dari itu, harus ada beberapa upaya dari pihak *Nutrition Club* Sehat Ceria supaya mendapat sikap yang netral atau bahkan positif dari konsumen yang dalam penelitian ini menjadi responden.
2. Tindakan memberikan keadilan atau kewajaran dan kecepatan dalam menangani keluhan yang dilakukan pihak *Nutrition Club* Sehat Ceria

mendapat sikap netral dari konsumen. Maka dari itu, sikap netral konsumen ini harus ditingkatkan oleh pihak *Nutrition Club* Sehat Ceria agar mendapat sikap positif dari konsumen.

3. Untuk konsumen sendiri, pada hal bersedia membela perusahaan masih memberikan sikap netral yang sebaiknya perlu ditingkatkan supaya bisa menjadi sikap positif
4. Selain itu, konsumen juga masih memberikan sikap netral pada hal menceritakan hal-hal positif tentang perusahaan. Sebaiknya, konsumen dapat meningkatkan sikap netral tersebut menjadi sikap positif.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah:

1. Dari segi penjelasan prosedur, hendaknya pihak *Nutrition Club* Sehat Ceria dapat menjelaskan prosedur dengan lebih mudah dan lebih terperinci kepada pelanggan. Dengan demikian, pelanggan dapat lebih mudah mengerti prosedur yang terdapat pada *Nutrition Club* Sehat Ceria.
2. Untuk tindakan memberikan keadilan atau kewajaran dan kecepatan dalam menangani keluhan, sebaiknya pihak *Nutrition Club* Sehat Ceria tidak membeda-bedakan konsumen yang satu dengan yang lainnya agar tidak terjadi kesenjangan sosial, serta harus lebih tanggap dan cekatan dalam menangani keluhan yang diajukan oleh konsumen.

3. Bagi konsumen, sebaiknya dapat tetap membela pihak *Nutrition Club* Sehat Ceria, karena kesetiaan pelanggan salah satunya ditentukan oleh faktor tersebut. Makin setia pelanggan terhadap produsennya, maka makin bersedia pula konsumen dalam membela produsennya.
4. Selain itu, hendaknya konsumen dapat menceritakan hal-hal positif tentang perusahaan. Apabila ada hal negatif, konsumen bisa langsung mengutarakannya kepada pihak *Nutrition Club* Sehat Ceria secara internal, tidak perlu dibicarakan ke masyarakat luas. Dengan demikian, *Nutrition Club* juga dapat menjaga nama baik atau reputasinya di mata publik atau konsumen lainnya.