

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa hipotesis penelitian terdapat hubungan positif antara pelayanan purna jual dengan loyalitas pelanggan warga RW 18 Sukatani di Depok. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai $t \text{ hitung} = 2,740 > t \text{ tabel} = 1,68$, artinya semakin tinggi pelayanan purna jual maka akan semakin meningkat loyalitas pelanggan.

Besar variasi loyalitas pelanggan ditentukan oleh terjadinya pelayanan purna jual sebesar 16,49%. Ternyata bahwa bentuk hubungan loyalitas pelanggan (X) adalah linier dan signifikan dengan nilai regresi signifikan F hitung $(5,21) > F \text{ tabel} (4,05)$ dan nilai regresi linier F hitung $(-1,21) < F \text{ tabel} (2,03)$.

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari dimensi pada variabel loyalitas pelanggan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator melakukan pembelian ulang dan berkeinginan membeli diluar lini produk/jasa, yaitu sebesar 21%. Selanjutnya, indikator Kekebalan terhadap produk pesaing dan merekomendasikan kepada orang lain memiliki skor 20%. Sementara indikator komitmen untuk tetap menggunakan walau harga berubah memiliki skor 19%.

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari dimensi pada variabel pelayanan purna jual terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator desain produk, perbaikan dan penanganan keluhan yaitu sebesar 13%. Selanjutnya, indikator suku cadang, jaminan, pengendalian kualitas, tenaga ahli dan evaluasi konsumen yaitu sebesar 12%.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas bahwa terdapat hubungan positif antara pelayanan purna jual dengan loyalitas pelanggan warga RW 18 Sukatani di Depok. Hal ini membuktikan bahwa baiknya pelayanan purna jual memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan loyalitas pelanggan.

Setiap perusahaan pada hakikatnya menginginkan loyalitas pelanggan yang tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya peran pelayanan purna jual di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan semaksimal mungkin harus menerapkan pelayanan purna jual dengan baik. Hal ini diutarakan karena menurut hasil perolehan skor rata-rata indikator desain produk, perbaikan dan penanganan keluhan adalah yang tertinggi, yaitu sebesar yaitu sebesar 13%. Sedangkan pada indikator suku cadang, jaminan, pengendalian kualitas, tenaga ahli dan evaluasi konsumen yaitu sebesar 12%.

Implikasi dari penelitian ini adalah pelayanan purna jual memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan, artinya semakin baik pelayanan purna jual yang diterapkan di perusahaan maka loyalitas pelanggan yang dicapai oleh perusahaan tersebut semakin baik. Oleh karena itu, PT Astra Honda Motor harus memberikan pelayanan purna jual yang baik kepada pelanggan, agar pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang besar.

C. Saran

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

1. Perusahaan, hendaknya memperhatikan sejauh mana tingkat pelayanan purna jual dengan cara meningkatkan training.
2. Bagi peneliti lain yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai pelayanan purna jual dan hubungannya dengan loyalitas pelanggan. Hendaknya meneliti lebih lanjut tentang keterkaitan antara pelayanan purna jual dan hubungannya dengan loyalitas pelanggan. Sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih bermanfaat.
3. Bagi masyarakat yang ingin membeli produk sepeda motor dapat dilihat dari kualitas pelayanan purna jual yang diberikan perusahaan motor tersebut.