

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *aftersales service* PT Srikandi Diamond Motors Bandung, secara umum responden memiliki persepsi yang **baik** terhadap *aftersales service* PT Srikandi Diamond Motors Bandung. Penilaian tertinggi diperoleh aspek respon terhadap klaim pada dimensi garansi, sedangkan penilaian terendah diperoleh aspek harga pada dimensi sukucadang yang dijual di PT Srikandi Diamond Motors Bandung.
2. Tanggapan terhadap tingkat loyalitas pelanggan *service* PT Srikandi Diamond Motors Bandung memiliki pelanggan yang **kurang setia**, hal ini terlihat dari 100 orang *customer* sebanyak 13 orang termasuk kategori *client*, termasuk pada kategori *advocates* yaitu sebanyak 9 orang, dan sebanyak 12 orang atau termasuk pada kategori *advocates*.
3. Hubungan antara *aftersales service* dengan loyalitas pelanggan *service* PT Srikandi Diamond Bandung dimensi pelayanan teknisi memiliki hubungan yang **sangat kuat** dengan loyalitas pelanggan *service* PT Srikandi Diamond Bandung, sedangkan dimensi garansi, dan suku cadang memiliki hubungan yang **kuat** dengan loyalitas pelanggan *service* PT Srikandi Diamond Bandung.
4. *Aftersales service* yang dimiliki PT Srikandi Diamond Motors Bandung memiliki total pengaruh langsung yang **sedang** terhadap loyalitas pelanggan

*service* PT Srikandi Diamond Motors Bandung dan pengaruh tersebut akan semakin **kuat** karena didukung oleh pengaruh tidak langsung masing-masing dimensi *aftersales service*. Pengaruh terbesar diperoleh melalui dimensi pelayanan teknisi, sedangkan pengaruh terkecil diperoleh melalui dimensi suku cadang. Apabila dilihat berdasarkan kontribusi pengaruh langsung terhadap total pengaruh masing-masing dimensi *aftersales service*, dapat diketahui bahwa kontribusi pengaruh langsung terhadap total pengaruh dimensi suku cadang terhadap loyalitas pelanggan *service* PT Srikandi Diamond Motors Bandung memiliki nilai terkecil. Sedangkan kontribusi terbesar pengaruh langsung terhadap total pengaruh dimiliki oleh dimensi pelayanan teknisi. Apabila dilihat berdasarkan pengaruh tidak langsung antar dimensi dalam variabel *aftersales service* terhadap loyalitas pelanggan *service* PT srikandi Diamond Motors Bandung, dapat diketahui bahwa pengaruh tidak langsung yang melewati dimensi suku cadang menyebabkan terjadinya penurunan pengaruh dimensi tersebut terhadap loyalitas pelanggan jika dibandingkan dengan pengaruh langsungnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung setiap dimensi *aftersales service* melalui dimensi pelayanan teknisi mengalami kenaikan pengaruh jika dibandingkan dengan pengaruh langsung dimensi-dimensi tersebut.

## 5.2 Rekomendasi

Adapun saran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan *service* PT Srikandi Diamond Motors Bandung, pihak PT Srikandi Diamond Motors Bandung sebaiknya harus terus berupaya untuk memperbaiki *aftersales service* yang selama ini terus dikembangkan dan ditawarkan kepada

pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut :

1. Berkenaan dengan citra perusahaan, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa tingkat harga suku cadang yang dijual oleh PT Srikandi Diamond Motors Bandung untuk mendukung proses *aftersales service* memperoleh penilaian terendah dari responden. Oleh karena itu, PT Srikandi Diamond Motors Bandung harus memperhatikan bahkan mempertimbangkan kembali harga dari suku cadang yang dijualnya dengan tidak menurunkan kualitas dari suku cadang tersebut. Kualitas suku cadang yang baik akan membuat pelanggan tidak lagi memperhatikan harga suku cadang yang dibelinya, dan akan membuat pelanggan tersebut melakukan *service* ulang dan loyal terhadap tempat pelanggan itu melakukan *service*.
2. Berkenaan dengan loyalitas pelanggan, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa tingkat loyalitas pelanggan *service* PT Srikandi Diamond Motors Bandung kurang setia, oleh karena itu PT Srikandi Diamond Motors Bandung harus memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggannya tersebut, bila dikaitkan dengan hasil penelitian ini bahwa *aftersales service* mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas pelanggan *service* PT Srikandi Diamond Motors Bandung, maka sebaiknya Pt Srikandi diamond Motors Bandung harus lebih memperhatikan pelaksanaan *aftersales servicenya* dengan cara melakukan evaluasi terhadap semua unsur yang terlibat dalam pelaksanaan *aftersales service*. Selain itu juga melakukan survei terhadap pelanggannya tentang pelaksanaan

*aftersales service* di PT Srikandi Diamond Motors Bandung serta memberikan *follow-up* atas hasil dari survei tersebut sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan *servicenya*.

