

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan uraian dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Customer relationship management* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bengkel Auto2000 Bogor Yasmin.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bengkel Auto2000 Bogor Yasmin.
3. *Customer relationship management* dan kualitas pelayanan secara *simultan* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bengkel Auto2000 Bogor Yasmin.
4. Rekomendasi strategi bauran pemasaran yang dapat dilakukan oleh Auto2000 Bogor Yasmin adalah dengan cara meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, menciptakan sistem komunikasi dan proses penanganan keluhan yang efektif dan efisien, perbaikan sarana dan prasarana bengkel, dan pemberian reward untuk pengisian *link* rekomendasi survei.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka upaya dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan bengkel Auto2000 Bogor Yasmin, beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Perusahaan

- a) Membuat program promo menarik terkait mengundang pelanggan agar melakukan servis seperti promo diskon jasa dan part bagi pelanggan yang melakukan servis pada hari tertentu saat unit servis bengkel rendah yaitu pada hari rabu.
- b) Mengoptimisasai utilisasi data pelanggan yang belum melakukan servis atau yang sudah waktunya servis dengan menggunakan aplikasi *cleansing data* seperti Power BI Microsoft agar penggunaan program promo bengkel tepat sasaran.
- c) Mengoptimalisasi hasil inovasi dan *improvement* aplikasi trello, *one drive*, *google drive*, dan *spreadsheet* dalam melakukan komunikasi digital antar petugas bengkel agar penanganan keluhan pelanggan lebih cepat dan akurat.
- d) Menerapkan sistem deteksi dini untuk melacak pelanggan yang berpotensi komplain karena kecewa terhadap servis kendaraan di bengkel Auto2000 Bogor Yasmin sehingga tim CR dan petugas bengkel dapat segera melakukan *recovery* bagi pelanggan tersebut.
- e) Mengoptimalisasi aplikasi-aplikasi sistem *dealer management* dengan membuat rekapitulasi data aktifitas *Maintenance*, *Reminder*, dan *Appointment* agar seluruh pelanggan tetap terjaga hubungan baik dengan bengkel Auto2000 Bogor Yasmin.

2. Bagi Pihak Akademisi

Demi keberlangsungan kemajuan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti pada penelitian ini. Variabel-variabel tersebut berdasarkan referensi penelitian - penelitian terdahulu dengan nilai *Adjusted R Square* lebih besar dari hasil penelitian ini yaitu variabel persepsi harga dan variabel kepuasan pelanggan agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.