

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh pelayanan purna jual terhadap loyalitas konsumen. Hal ini di buktikan dengan hasil olah data bahwa  $t_{hitung}$  dengan nilai 5,547 lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan nilai 1,984.
2. Terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen. Hal ini di buktikan dengan hasil olah data bahwa  $t_{hitung}$  dengan nilai 4,576 lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan nilai 1,984.
3. Terdapat pengaruh pelayanan purna jual dan citra merek terhadap loyalitas konsumen. Hal ini di buktikan dengan hasil olah data bahwa  $F_{hitung}$  dengan nilai 29,427 lebih besar dari  $F_{tabel}$  dengan nilai 3,09.

#### B. Saran

Adapun saran dari peneliti kepada perusahaan dan peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan pelayanan purna jual, terutama pada hal-hal yang masih dinilai oleh konsumen kurang baik, seperti: karyawan Informa tidak memperbaiki furnitur jika terjadi kerusakan dan untuk *spare part* yang sulit didapatkan. Untuk mengatasi hal ini, sebaiknya Informa melakukan hal sebagai berikut:

- a. Informa memperbaiki furnitur jika terjadi kerusakan dan jika memang tidak bisa diperbaiki, karyawan Informa memberi informasi kepada konsumen dengan hal tersebut.
  - b. Menginformasikan kepada konsumen bahwa untuk beberapa part pengganti yang rusak hanya disediakan di Informa dan tidak ada di toko perkakas.
  - c. Menginformasikan kepada konsumen cara dan fungsi produk furnitur yang akan dibeli oleh konsumen.
2. Dari hasil koefisien determinasi sebesar 36,5% yang artinya meskipun dengan meningkatkan pelayanan purna jual dan citra merek, peningkatan tersebut tidak terlalu signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini karena dipengaruhi oleh variabel lain, seperti: harga, kualitas produk, dan diskon. Meskipun seperti itu namun sangat penting untuk tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan citra merek.
  3. Penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa diharapkan dilakukan dengan objek penelitian yang berbeda selain konsumen furnitur PT. Informa Bogor, dengan tujuan dapat melihat perbandingan loyalitas konsumen terhadap pelayanan yang sudah diberikan dan citra merek suatu produk.