

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari Bab sebelumnya dan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode kuantitatif dengan melakukan pengolahan data primer melalui pengujian SPSS 20, tentang analisis variabel nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah melihat uraian pembahasan analisis tentang penerapan nilai pelanggan, kepuasan pelanggan pada perusahaan PT. Teletama Artha Mandiri Divisi AMS (*After Market Service*), dapat dideskripsikan bahwa nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan mempunyai tingkatan penerapan yang cukup baik. Dengan menggunakan sistem dan promosi yang baru yang diterapkan oleh perusahaan, perusahaan berusaha mengikuti perkembangan teknologi dan perlahan mengubah cara PT. Teletama Artha Mandiri dalam melihat pasar. Hal ini juga dapat didukung dari kuesioner penelitian yang mana berdasarkan survei data kuesioner sebanyak 100 menunjukkan hasil tingkat implementasi nilai yang baik dan puas.

2. Secara parsial variabel nilai pelanggan mempunyai pengaruh dan signifikansi terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji statistik menunjukkan nilai t_{hitung} memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $6.573 > 1,984$, dengan tingkat signifikansi 0,000 (0%) yang berarti berbeda pada batas tingkat signifikansi 5% , dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.
3. Secara parsial variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh dan signifikansi terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji statistic menunjukkan nilai t_{hitung} memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $5.661 > 1,984$, dengan tingkat signifikansi 0,000 (0%) yang berarti berbeda pada batas tingkat signifikansi 5%, dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.
4. Terdapat pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hasil uji statistic menunjukkan F_{hitung} sebesar $145.362 >$ nilai $F_{tabel} = 3,09$, serta nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ (5%). Dengan menggunakan probabilitas 0,05 (5%) dan hasil F_{tabel} sebesar 3,09 yang berarti bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian diharapkan apabila nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan terpenuhi maka diharapkan terjadi peningkatan loyalitas pelanggan pada perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian tersebut diatas, maka saran maupun rekomendasi yang dapat disampaikan sebagai masukan untuk perbaikan yang dapat diimplementasikan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan PT.Teletama Artha Mandiri Divisi AMS (*After Market Service*) melalui variabel nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan dalam pemberian pelayanan terhadap pelanggan, antara lain sebagai berikut :

1. Mengaplikasikan variabel nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan melalui masing-masing dimensi indikator kepada seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan di TAM *service center* . Sudah sewajarnya TAM sebagai divisi AMS (*After Market Service*) tetap menjaga dan terus meningkatkan nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan serta menjaga loyalitas pelanggan
2. Untuk lebih meningkatkan nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan agar dapat menjaga loyalitas pelanggan. TAM sebagai divisi AMS (*After Market Service*) diharapkan dapat lebih mempercepat upaya perbaikan pelayanan terhadap pelanggan, dengan cara mengawasi kualitas kinerja karyawan secara terintegrasi antar bagian sehingga secara langsung akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan nilai positif terhadap perusahaan.