

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Layanan purna jual merupakan strategi yang diimplementasikan oleh perusahaan Valencia by Enrica dengan tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam industri yang sangat kompetitif. Terdapat tiga indikator variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu garansi produk, program loyalitas dan layanan pelanggan. Peneliti ingin mengetahui apakah ada dampak signifikan antara layanan purna jual yang telah diterapkan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan Valencia By Enrica. Peneliti menggunakan metode analisis korelasi dan linear regresi berganda dengan menggunakan *IBM SPSS Statistics* sebagai alat untuk menganalisa data yang telah dikumpulkan. Berikut merupakan hasil penemuan secara detail setelah mengumpulkan dan menganalisa data:

1. Garansi Produk **memiliki pengaruh signifikan dan hubungan** positif yang lemah terhadap Kepuasan Pelanggan di perusahaan Valencia By Enrica (H2).
2. Program Loyalitas **memiliki pengaruh signifikan dan hubungan** positif yang kuat terhadap Kepuasan Pelanggan dalam perusahaan Valencia By Enrica (H3).
3. Pelayanan Pelanggan **memiliki hubungan positif yang kuat** terhadap Kepuasan Pelanggan di perusahaan Valencia By Enrica (H4).
4. Independen variabel yang terikat yaitu garansi produk, program loyalitas dan pelayanan pelanggan **mempunyai dampak dan pengaruh** langsung yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam perusahaan Valencia By Enrica (H1).

Peneliti dapat membuktikan bahwa tujuan dari penelitian ini telah sesuai dan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Masalah utama dari penelitian ini adalah banyak variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga data atau jawaban responden mengenai kepuasan mereka tidak sepenuhnya berasal dari layanan purna jual yang diberikan perusahaan.
2. Garansi Produk, Program Loyalitas dan Pelayanan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menunjukkan bahwa nilai p-value yang dihasilkan kurang dari 0.05.
3. Hasil dari korelasi koefisien dari masing-masing independen variabel terhadap dependen variabel menunjukkan bahwa garansi produk, program loyalitas dan pelayanan pelanggan mempunyai hubungan yang positif yang kuat terhadap kepuasan pelanggan serta mempunyai nilai signifikan di angka 0.000.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Teoritis

Hasil pada penelitian ini menemukan bahwa indikator dari layanan purna jual memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kepuasan pelanggan. Setiap dari indikator layanan purna jual memiliki hubungan dan dampak yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis data, pelayanan pelanggan berpengaruh lebih besar dengan nilai (*coefficients*) 0.534 terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, garansi produk mempunyai pengaruh yang paling kecil dengan nilai (*coefficients*) 0.139 terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang ditemukan dapat mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Familiar & Maftukhah (2015) mengenai kualitas layanan, produk dan program loyalitas yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat digunakan untuk mendukung penelitian yang sudah ada dan dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian yang akan dilakukan pada kemudian hari.

5.2.2 Implikasi Praktis

Hasil pada penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan Valencia by Enrica untuk mengetahui apakah strategi yang mereka implementasikan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penerapan layanan purna jual merupakan biaya tambahan bagi perusahaan, penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu faktor dalam mengambil keputusan apakah akan melanjutkan layanan purna jual atau tidak. Melalui hasil penelitian dapat terlihat variabel pertama yaitu garansi produk merupakan variabel signifikan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, walaupun demikian nilai korelasi koefisien berada pada angka yang cukup rendah yaitu 0.413. Kedua variabel lainnya yaitu program loyalitas serta pelayanan pelanggan memiliki nilai korelasi koefisien cukup tinggi yaitu di angka 0.706 dan 0.715. Melalui hasil penelitian ini dapat disimpulkan untuk perusahaan jika di suatu hari nanti ingin mengurangi biaya operasional untuk apapun itu alasannya maka perusahaan dapat mengeliminasi layanan garansi produk karena pengaruhnya yang cukup kecil terhadap kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa layanan purna jual yang diterapkan perusahaan memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan karena dapat dilihat dari *R square* yang berada pada angka 0.712. Dengan demikian perusahaan sebaiknya terus menerapkan dan mengembangkan layanan purna jual sebagai tujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

5.3 Keterbatasan

Terdapat beberapa keterbatasan dalam menyusun penelitian ini, yang pertama adalah terdapat beberapa aspek lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan tetapi tidak diteliti pada penelitian ini. Menurut penelitian terdahulu, faktor-faktor tersebut merupakan harga, kualitas produk dan desain produk. Kedua, pertanyaan dalam penelitian ini merupakan pertanyaan tertutup sehingga mungkin saja terdapat sejumlah aspek lain yang dapat mempengaruhi penelitian tetapi tidak dapat terungkap oleh responden karena tidak diberikan kebebasan dalam menulis jawaban.

5.4 Saran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa hal yang dapat diperbaiki dan dikembangkan untuk meningkatkan kualitas penelitian. Terdapat beberapa saran yang penulis dapat berikan:

1. Meningkatkan jumlah responden agar dapat meningkatkan akurasi serta kredibilitas penelitian.
2. Menggunakan sejumlah pertanyaan terbuka agar dapat menghasilkan respon yang lebih bervariasi.
3. Menambahkan beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga dan kualitas produk pada penelitian selanjutnya.
4. Perusahaan Valencia By Enrica sebaiknya terus menjalankan layanan purna jual atau bahkan menambahkan jenis layanan karena melalui penelitian ini ditemukan bahwa layanan purna jual memiliki dampak yang signifikan bagi kepuasan pelanggan.
5. Jika perusahaan ingin meningkatkan kepuasan pelanggan lebih lagi, dapat mengubah layanan garansi produk atau menambahkan fitur layanan garansi produk karena memiliki korelasi yang cukup rendah terhadap kepuasan pelanggan.