

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai pengaruh pelayanan purna jual pada kepuasan konsumen PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung maka ada beberapa kesimpulan yakni:

1. Berdasarkan Analisis deskriptif mengenai gambaran umum responden dapat dilihat bahwa segmentasi pasar Honda sebagian besar berjenis kelamin pria, hal ini dikarenakan produk-produk honda sebagian besar dikhususkan untuk pria. Berdasarkan umur, sebagian besar konsumen Honda berusia antara 21-40 tahun ini disebabkan oleh anggapan bahwa motor honda dikenal dengan kehandalan mesinnya dan irit BBM. Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil dan karyawan swasta, ini disebabkan oleh lokasi penelitian yang terletak di kota Bandar Lampung.
2. Layanan purna jual berpengaruh secara signifikan pada kepuasan konsumen PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung dengan tingkat korelasinya sangat kuat. Nilai koefisien korelasi yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara layanan purna jual dan kepuasan konsumen PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung adalah searah, yang berarti

bahwa semakin besar layanan purna jual maka semakin besar pula tingkat kepuasan konsumen dan begitu pula sebaliknya. Sebesar 77.4% variasi kepuasan konsumen PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung dapat dijelaskan oleh variabel layanan purna jual, yang terdiri dari pengantaran produk, garansi produk dan perbaikan produk sedangkan sisanya sebesar 22.6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model analisis.

3. Berdasarkan teori yang diungkapkan Kotler dan membuktikan bahwa layanan purna jual merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa teori yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, yakni terdapat pengaruh yang sangat kuat antara layanan purna jual pada kepuasan konsumen PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung.
4. Berdasarkan lampiran 7 dapat dilihat bahwa pada item pernyataan kesepuluh mengenai perusahaan menanggapi klaim perbaikan dengan baik yang memiliki nilai rata-rata sebesar 4,33 dari jawaban responden sedangkan mengenai item pernyataan keenam memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,52 ini menunjukkan bahwa perusahaan kurang tanggap terhadap klaim garansi, ini dibuktikan karena sebagian besar rata-rata jawaban responden yang cenderung memilih jawaban ragu-ragu.

## B. Saran

### 1. Saran Praktis:

- a) PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung harus lebih melihat dan meraih target dengan memperhatikan segmen berdasarkan gambaran umum responden seperti jenis kelamin, umur, profesi dan pendidikan terakhir. Hal ini penting dilakukan karena berdasarkan segmen pasarlah maka dapat ditemukan dari kalangan manakah yang sebenarnya banyak merasakan layanan purna jual, sehingga PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung tidak mengalami kesulitan dalam membidik segmen dan tidak salah dalam menentukan segmen pasarnya. PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung harus mampu meningkatkan dan menjaga kualitas layanan purna jualnya, apalagi perusahaan ini bergerak dalam otomotif yang memiliki banyak pesaing. Perusahaan harus memperhatikan setiap hal kecil mengenai layanan purna jualnya yang terdiri dari pengiriman produk, garansi produk dan perbaikan produk demi menjaga kepuasan konsumen sehingga PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bidangnya sama.
- b) PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung hendaknya dapat menyikapi dan menindak lanjuti hasil penelitian khususnya pada jawaban responden yang tidak setuju dan sangat tidak setuju atas penilaian layanan purna jual dan kepuasan konsumen. Terutama pada pernyataan keenam yang memiliki nilai lebih kecil dibandingkan pernyataan-pernyataan lainnya mengenai layanan purna jual. Adapun

cara-cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengatasinya dengan memberikan pelatihan sehingga dapat menambah pengetahuan karyawan pada PT. Bintang Kharisma Jaya dalam melayani klaim garansi. Hal ini sangat penting walaupun memiliki nilai yang tidak terlalu kecil namun bisa berdampak begitu besar pada kepercayaan produk bahkan terhadap citra perusahaan. Oleh karena itu perlu dilakukan standar layanan purna jual agar tercipta kepuasan konsumen.

## 2. Saran Akademis:

- a) Penelitian mengenai pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen masih jarang, demikian pula dengan referensi yang penulis dapatkan masih sangat terbatas. Oleh karena itu, selain penelitian ini dapat memberikan sumbangan terhadap akademis namun juga masih perlu penyempurnaan dan kajian yang mendalam terutama dari sisi kajian ilmiah untuk hal-hal yang ada dalam penelitian ini.
- b) Hasil analisis mengenai pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan memiliki nilai residual sebesar 22,6%. Untuk itu perlu kajian mendalam mengenai faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen yang belum diidentifikasi dalam penelitian ini.