

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari uji analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik implementasi *customer relationship management*, maka kepuasan pelanggan *smartphone* Vivo akan semakin meningkat.
2. *Customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik penerapan *customer relationship management*, maka loyalitas pelanggan *smartphone* Vivo akan semakin meningkat.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan yang didapatkan, maka dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan *smartphone* Vivo.
4. Kepuasan pelanggan merupakan variabel *intervening* yang mampu memediasi pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga secara tidak langsung *customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan *smartphone* Vivo.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain:

1. PT Vivo Mobile Indonesia harus senantiasa mempererat hubungannya dengan pelanggan, agar dapat mengenal pelanggan secara lebih dalam. Selain itu, agar semakin dekat dengan pelanggan PT Vivo Mobile Indonesia perlu menambah jumlah titik *service center* di Sidoarjo untuk meningkatkan layanan purna jual atau *after sale*, sehingga dapat memberikan kenyamanan terdekat kepada pelanggan. Hal tersebut dikarenakan layanan *after sale* yang diberikan Vivo mampu memikat pelanggan untuk tetap setia dalam menggunakan *smartphone* Vivo.
2. Dalam menjaga kepuasan pelanggan, PT Vivo Mobile Indonesia harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapannya, seperti meningkatkan spesifikasi *smartphone* Vivo dengan menghadirkan fitur-fitur terbaru dan tampilan yang *elegant*. Sehingga kepuasan akan tercipta berdasarkan ekspektasi pelanggan dengan hasil yang diberikan oleh *smartphone* Vivo.
3. Untuk mewujudkan loyalitas pelanggan, PT Vivo Mobile Indonesia dapat memaksimalkan faktor-faktor yang dapat membentuk kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas maka akan timbul rasa setia atau loyal terhadap *smartphone* Vivo dan cenderung tidak terpengaruh oleh tawaran *smartphone* lain.