

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini yang diuji dengan menggunakan *path analysis*. *Salesperson customer orientation* pada *customer attitude toward salesperson* tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Hal tersebut dapat menggambarkan bahwa sikap pelanggan tidak ditentukan hanya melalui *salesperson* saja namun melalui produk juga. Penelitian ini menjelaskan bahwa *customer attitude toward salesperson* tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada *customer complaint satisfaction*. Hal tersebut menggambarkan bahwa sikap pelanggan tidak dapat menggambarkan kepuasan komplain bagi pelanggan itu.

Pada penelitian ini juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel *salesperson customer orientation* pada *customer complaint satisfaction*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *salesperson customer orientation* merupakan *main effect* dari *customer complaint satisfaction*. *Main effect* disini merupakan pengaruh langsung yang diberikan dari *salesperson customer orientation* pada *customer complaint satisfaction*.

Simpulan secara menyeluruh dalam penelitian adalah penelitian ini hanya memiliki pengaruh langsung yang signifikan melalui variabel *salesperson customer orientation* pada *customer complain satisfaction*. Hasil penelitian yang

tidak memiliki pengaruh dapat ditarik kesimpulan bahwa *salesperson* dari perusahaan B2B di Kota Bandung masih belum menganut konsep penjualan berorientasi pelanggan dan berfokus pada konsep penjualan saja. Jadi variabel *salesperson customer orientation* dengan mediasi *customer attitude toward salesperson* tidak memiliki pengaruh apa-apa untuk variabel *customer complaint satisfaction*. Karena pada penelitian ini hanya memiliki pengaruh secara langsung.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini dapat memberikan implikasi bahwa perusahaan yang belum berorientasi pada pelanggan perlu untuk mempertimbangkan agar *salesperson* berorientasi pada pelanggan. Dalam hal ini, dengan berorientasi pada pelanggan maka perusahaan akan memiliki keuntungan jangka panjang dengan mengimplementasikan konsep *salesperson customer orientation*.

Dari hasil penelitian ini, membantu perusahaan mengetahui bahwa jika melakukan konsep *salesperson customer orientation* dapat menjadikan sebuah hal pembeda dari para pesaing yang disebut sebagai keunggulan kompetitif perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan penelitian, keterbatasan pertama pada penelitian ini adalah peneliti tidak menggunakan perbandingan antara *salesperson* customer orientation dengan *salesperson* selling orientation. Jadi pembaca tidak akan menemukan secara jelas perbedaan dari *salesperson* customer orientation dengan *salesperson* customer selling orientation.

Keterbatasan yang kedua adalah kesulitan untuk mendapatkan sampel karena penelitian ini menggunakan objek penelitian pada perusahaan B2B dengan responden *salesperson* dan customer dari *salesperson* tersebut, sedangkan banyak perusahaan yang tidak mau untuk diteliti sehingga data yang dimiliki terbatas.

Keterbatasan yang ketiga adalah penelitian ini hanya mencari pengaruh dari *salesperson* customer orientation dengan mediasi *customer attitude toward salesperson* pada *customer complaint satisfaction*. Penelitian ini tidak menggunakan mediasi *customer attitude toward product* sebagai mediasi lainnya untuk menguji hipotesisnya.

5.4 Saran

Saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan menunjukkan perbandingan antara *salesperson* customer orientation dengan *salesperson* selling orientation. Agar dapat terlihat jelas perbedaan antara kedua jenis *salesperson* tersebut.

Saran selanjutnya adalah peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel *customer attitude toward product* dengan harapan dapat mengetahui secara gamblang sikap pelanggan yang sebenarnya dari kedua sisi, baik dari sikap pada *salesperson* maupun sikap pada produk.