

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis dari hasil penelitian ini adalah:

1. Setelah peneliti melakukan pengamatan terhadap pelaksanaan manajemen komplain di PT. Luxindo Raya Bandung melalui penyebaran kuesioner, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:
 - Penilaian pelanggan PT. Luxindo Raya Bandung bisa dikatakan baik atau positif untuk sub variabel *commitment*, *fairness*, *responsiveness*, *simple*, *recommend friends*, *continue purchasing*. Hal ini terlihat dari jawaban para responden yang ada dalam kuesioner, dimana mayoritas responden menyatakan setuju pada sub variabel tersebut. Sedangkan untuk sub variabel *visibility* dan *say positive things* bisa dikatakan kurang baik, karena mayoritas responden menjawab tidak setuju dan ragu-ragu/netral.
 - Pada sub variabel *visibility*, respon mayoritas responden kurang baik karena para pelanggan merasa PT. Luxindo Raya Bandung kurang mempublikasikan dengan baik tentang mekanisme pengajuan komplain yang benar, sehingga walaupun PT. Luxindo Raya Bandung adalah perusahaan yang melaksanakan manajemen

komplain tetapi pelanggannya banyak yang kurang mengetahui hal tersebut karena kurangnya publikasi.

- Pelaksanaan manajemen komplain di PT. Luxindo Raya secara keseluruhan bisa dikatakan cukup baik, namun masih perlu ada perbaikan-perbaikan di berbagai bagian agar pelayanannya semakin meningkat dan maksimal.

2. Terdapat pengaruh antara dimensi manajemen komplain (variabel X) terhadap loyalitas pelanggan (variabel Y) di PT. Luxindo Raya Bandung. Hal ini terlihat dari persamaan regresinya, dimana nilai konstanta a sebesar 0,428 memiliki arti bahwa ketika variabel manajemen komplain (X) bernilai nol atau loyalitas pelanggan (Y) tidak dipengaruhi oleh manajemen komplain, maka rata-rata tingkat loyalitas pelanggan sebesar 0,428. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel manajemen komplain (X) meningkat sebesar satu satuan, maka tingkat loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,791. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara dimensi manajemen komplain dengan loyalitas pelanggan, semakin naik pelaksanaan manajemen komplain maka semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penulis

Dalam penelitian yang dilakukan ini, terdapat beberapa keterbatasan penelitian, antara lain:

1. Peneliti hanya berfokus langsung pada pengaruh dimensi manajemen komplain terhadap loyalitas pelanggan, sehingga tidak membahas lebih dalam mengenai konsep kepuasan pelanggan yang merupakan dasar dari loyalitas pelanggan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Implikasi manajemen untuk PT. Luxindo Raya
 - Sebaiknya semakin meningkatkan kualitas produknya, baik dari segi penampilan, kualitas dan lainnya. Sehingga pelanggan akan puas dan merasa telah melakukan keputusan pembelian yang tepat dan tidak akan dikecewakan oleh produk PT. Luxindo Raya. Hal ini akan menimbulkan suatu ingatan yang kuat dalam benak pelanggan akan produk PT. Luxindo Raya, sehingga akan menciptakan sebuah loyalitas yang kuat dan signifikan di benak pelanggan akan produk-produk PT. Luxindo Raya.
 - Pelaksanaan manajemen komplain yang selama ini dilakukan oleh PT. Luxindo Raya Bandung sudah cukup baik, namun perlu ditingkatkan dan diperbaiki lagi dalam berbagai lini/bagian, hal tersebut dilakukan guna mempertahankan kepuasan pelanggan dan mencapai loyalitas pelanggan yang sudah ada. PT. Luxindo Raya harus lebih mempublikasikan pelaksanaan manajemen komplainnya terhadap para

pelanggan. Segala hal tentang sistem manajemen komplain PT. Luxindo Raya seperti mekanisme, kepada siapa komplain ditujukan, dan lain-lain harus diketahui oleh pelanggan. Oleh karena itu semua elemen dari PT. Luxindo Raya harus berkolaborasi untuk memberitahukan pada para pelanggan.

- PT. Luxindo Raya dapat melakukan pelatihan-pelatihan pada karyawan-karyawannya sehingga menghasilkan staf yang terlatih dalam pelayanan pelanggan.
2. Untuk pengembangan penelitian selanjutnya atas keterbatasan peneliti yang tidak meneliti lebih dalam mengenai konsep kepuasan pelanggan, maka disarankan peneliti lain melakukan penelitian terhadap manajemen komplain, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.