

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Semua Dimensi dari variabel *After Sales Service* yaitu Garansi, Reparasi, dan Suku Cadang mendapatkan respon positif dari responden, yang berarti konsumen T.Kardin Pisau Indonesia memberikan respon positif atas disediakannya jasa *After Sales Service*.
2. Garansi dan Suku Cadang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan T.Kardin Pisau Indonesia, sedangkan Reparasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan karena mayoritas pelanggan T.Kardin Pisau Indonesia hanya menggunakan jasa garansi untuk memperbaiki kerusakan produk yang kebanyakan hanya kerusakan ringan, seperti pengasahan pisau, dan perawatan sarung pisau.
3. Dari hasil uji regresi linear simultan didapatkan hasil persamaan regresi  $Y = a + b X$  sebesar  $Y = 13.701 + 0.148 X$ , yang berarti jika terjadi peningkatan 1 poin *After Sales Service* akan meningkatkan poin Loyalitas Pelanggan sebesar 0.148

4. Dari hasil uji koefisien regresi secara simultan didapatkan R Square sebesar 0.165, yang berarti sebesar 16.5% peningkatan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh *After Sales Service* dan sisanya sebesar 83.5% peningkatan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini, contohnya Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan.

## 6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyarankan sebagai berikut :

1. Perusahaan T.Kardin Pisau Indonesia bisa terus mengembangkan jasa garansi nya dengan mempermudah dan mempercepat proses klaim garansi, dan juga Perusahaan T.Kardin Pisau Indonesia dapat mempermudah pelanggan untuk mendapatkan suku cadang untuk produk yang dijual tanpa mengurangi kualitasnya.
2. Perusahaan T.Kardin Indonesia sebaiknya memperbanyak promosi tentang jasa garansi yang ditawarkan perusahaan dan juga suku cadang yang berkualitas agar lebih banyak pelanggan maupun calon pelanggan mengetahui adanya layanan garansi yang baik, dan juga suku cadang yang berkualitas.
3. Peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih mendalam tentang variabel *After Sales Service* dengan melihat apakah *After Sales Service* dapat mempengaruhi variabel lain seperti Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

## Daftar Pustaka

1. Buku

**Kotler, Philip.** *Manajemen Pemasaran*. Terjemah oleh: Bob Sabran, M.M  
.Jilid satu, Jakarta. Indeks. 2005.

**Tjiptono, Fandy.** *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2006.

**Tjiptono, Fandy.** *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta :Andi Offset. 2008.

**Siti Maimunatussa Diyah, et.al.,** *Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Administrasi Bisnis*.

**Rangkuti, Freddy.** *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 2003.

**Hurriyati, Ratih.** *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta. 2005.

**Griffin, Jill.** *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga. 2002.

**William J.Stanton,** “*Fundamental of Marketing*” 1997.

**H. Djaslim Saladin,** “*Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*” 2008.

**Sugiyono,** “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*” 2017.

**Sugiyono,** “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*” 2006.  
Bandung : Alfabeta

**Husain Umar,** “*Metode Riset Bisnis*”, Gramedia Pustaka, Jakarta. 2003.

**Sugiyono**, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, CV.Afabeta, Bandung. 2005.

**Sugiyono**, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*” 2014.

**Sugiyono**, “*Metode Penelitian Bisnis*”, Bandung. 2012.

**Rochaety E, dkk.** “*Metodologi Penelitian Bisnis*”. Jakarta : Mitra Wacana Media. 2007.

**Ghozali Imam**, “*Aplikasi Multivarte dengan program SPSS*”, Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013.

**Darmodar N. Gurjati and Dawn C. Porter.** “*Dasar-dasar Ekonometrika*”, Jakarta : Salemba 4 2012.

**Sugiyono**, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung : Alfabeta. 2008

## 2. Artikel/Makalah/Laporan Penelitian

Fajarianto Bayu, et.al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan”, Diponegoro Journal of Social and Politic tahun 2013 Halaman 1-12

<https://media.neliti.com/media/publications/103079-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-brand-im.pdf>

Hartono Hendry, et.al., “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian”, Binus Business Review Vol. 3 No. 2 November 2012: 882-897.

<http://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/viewFile/1271/1139>

Ricky Janitra. *“Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda CV. Sumber Mitra Sejati)”*

<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/120413-T%2025510-Hubungan%20antara-metodologi.pdf>

3. Website

<http://tkardinpisau.co.id>