

BAB V

PENUTUP

V. Kesimpulan Dan Saran

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang *Customer Relations* terhadap loyalitas pelanggan di PT Oto Multiartha, maka dapat ditarik kesimpulan Terdapat pengaruh *Customer Relations* terhadap loyalitas pelanggan di buktikan dengan analisis Inferensial didapat hasil uji regresi yaitu $R = 0,727$.

Selanjutnya membandingkan t hitung dengan t tabel yaitu penentuan dari level of signification, dari t tabel pada tingkat signifikasi 0,10 dan $df = n-2$, yaitu $100-2 = 98$. dimana t hitung sebesar $16,21 > t$ tabel $1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya dalam penelitian ini terdapat pengaruh *Customer Relations* terhadap Loyalitas Pelanggan.

V.2. Saran

- a. Berdasarkan hasil deskriptif pada variabel *Customer Relations* terdapat dimensi paling rendah yaitu pada dimensi menjaga hubungan dengan rata-rata skor 3,02. Pada Indikator pernyataan menanyakan apa yang anda butuhkan, oleh karena itu diharapkan agar perusahaan tetap memberi pelayanan yang baik dan menanyakan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan jelas sehingga lebih diperjelas kepada pelanggan dengan komunikasi yang baik kepada pelanggan.
- b. Selain itu, pada variabel Loyalitas Pelanggan terdapat dimensi sikap yang memiliki skor rata-rata skor 3,13. pada indikator pernyataan anda puas dengan informasi cicilan yang rendah oleh *Customer Relations*. Meskipun mayoritas sebenarnya setuju dengan pernyataan ini namun tidak menutup kemungkinan bahwa kehadiran pesaing dengan tawaran promo dan harga lebih murah bisa mempengaruhi pelanggan untuk berpindah ke tempat lain, sehingga di harapkan kepada perusahaan agar bisa memberikan lebih banyak promo ataupun program lain yang memudahkan pelanggan untuk

mendapatkan keuntungan. sehingga disarankan untuk perusahaan atau pelayanan *Customer Relations* terus memperbaiki sikap baik kepada pelanggan agar loyalitas dan kepercayaan pelanggan lebih baik lagi antara kedua belah pihak.

