

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V. 1 Simpulan

Dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada mobil Toyota berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dan dilakukan mengenai variabel *brand image dan customer relationship management* terhadap *customer loyalty* pada mobil Toyota. Akibatnya, hipotesis pertama pada penelitian ini dapat dibuktikan. Hasil ini menunjukkan bagaimana manajemen hubungan pelanggan dapat mengubah pembeli mobil Toyota menjadi klien yang berdedikasi. Selain itu, jelas bahwa staf Toyota yang menyediakan CRM mampu memperhatikan konsumen mereka, meningkatkan loyalitas konsumen dan penjualan mobil Toyota.

Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel *brand image* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada mobil Toyota. Dengan demikian, hipotesis kedua pada penelitian ini dapat dibuktikan. Melalui hasil tersebut *brand image* mampu membuat pelanggan mobil Toyota menjadi pelanggan yang loyal. Brand image yang dibentuk oleh Toyota dalam menciptakan kesan baik yang tercipta di benak para konsumennya dapat membuat konsumennya menjadi loyal, dengan demikian semakin baiknya *brand image* yang dibangun Toyota, maka semakin meningkat loyalitas konsumen pada mobil Toyota.

V. 2 Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti juga menulis saran-saran dengan maksud agar lebih baik kedepannya. Peneliti menulis saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut ialah:

1. Diharapkan pihak perusahaan Toyota dapat mempertahankan serta meningkatkan *customer relationship managemet*, karena variabel *customer relationship managemet* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty*. Diantaranya hal yang dapat dilakukan yaitu pelayanan yang diberikan dan keuntungannyang dirasakan oleh konsumen menjadi lebih baik lagi sehingga konsumen akan bertambah loyal.

2. Diharapkan juga bagi pihak perusahaan Toyota dapat mempertahankan dan meningkatkan *brand image*, karena variabel *brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty*. Diantaranya hal yang dapat dilakukan yaitu semakin meningkatkannya dengan berbagai promo yang dilakukan yaitu dengan melakukan pemberian hadiah kepada setiap konsumen yang melakukan pembelian mobil Toyota. Selain itu bisa juga dengan memfokuskan perusahaan dengan memperhatikan kualitas produk serta nama baik perusahaan agar konsumen terus menetapkan hatinya kepada Toyota dalam memilih alat transportasi mereka serta menjadi pelanggan yang loyal.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang akan menjadikan penelitian ini sebagai dasar untuk membuat penelitian. Disarankan agar tidak hanya berpatokan terhadap variabel yang ada didalam penelitian ini, melainkan dapat menggunakan variable yang lainnya atau mmengubah beberapa variable agar tidak hanya dibatasi oleh penelitian yang digunakan, dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan metode yang berbeda dan objek yang berbeda.