

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji Pengaruh *Customer Relationship Marketing* (CRM) dan *After Sales Service* Terhadap *Purchase Intention* Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. *Customer Relationship Marketing* dapat memberikan kontribusi peningkatan *Purchase Intention* pada Kawasaki Bintaro.
- b. *After Sales Service* dapat memberikan kontribusi peningkatan *Purchase Intention* pada Kawasaki Bintaro.

V.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, untuk mengantisipasi hal-hal tersebut dan untuk mencapai maksud dan tujuan maka disarankan sebagai berikut :

- a. Diharapkan perusahaan lebih meningkatkan kemampuan manajemen dalam melakukan peningkatan strategi pemasaran agar dapat berinteraksi dengan pelanggan dengan lebih mudah. Melalui *After Sales Service* yang berikan pun sebaiknya tetap dijaga kualitasnya bahkan ditingkatkan dalam safety stok atau ketersediaan barang agar *Purchase Intention* pada Dealer Kawasaki Bintaro lebih besar.
- b. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel independen selain variabel *Customer Relationship Marketing* dan *After Sales Service*. Menambah sampel penelitian sehingga implikasi manajerial dapat diketahui secara luas. Agar kuat atau lemah hubungan antar variabel tiap indikator mencakup batasan yang lebih luas.