

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, serta peran moderasi Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Simpur Mobil Lampung (DFSK Motors), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Produk DFSK yang memiliki performa baik, fitur unggulan, dan desain menarik memberikan kontribusi besar dalam menciptakan persepsi positif pelanggan terhadap merek, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka.
2. Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk Kepuasan Pelanggan PT. Simpur Mobil Lampung. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional baik dalam proses pembelian maupun layanan purna jual, terbukti meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap produk dan layanan DFSK.
3. Media Sosial juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Aktivitas media sosial yang aktif, informatif, dan interaktif seperti promosi produk, ulasan pengguna, serta komunikasi dua arah melalui platform digital turut memperkuat hubungan pelanggan dengan merek dan mendorong kepuasan.
4. Customer Relationship Management (CRM) tidak memoderasi pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan secara signifikan. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi interaksi yang tinggi, menunjukkan bahwa CRM belum berhasil memperkuat atau memperlemah hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.
5. Customer Relationship Management (CRM) juga tidak terbukti memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

Pelanggan. Hasil ini mengindikasikan bahwa peran CRM dalam membangun hubungan dengan pelanggan belum cukup kuat untuk mempengaruhi dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

6. Customer Relationship Management (CRM) tidak memoderasi hubungan antara Media Sosial dan Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, efektivitas media sosial dalam membentuk kepuasan pelanggan bersifat langsung, tanpa dipengaruhi secara signifikan oleh keberadaan atau strategi CRM yang dijalankan perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada manajemen PT. Simpur Mobil Lampung (Brand DFSK Motors) adalah sebagai berikut:

5.2.1 Implikasi Praktis

1. PT. Simpur Mobil Lampung disarankan untuk meningkatkan kinerja dan responsivitas mesin melalui perbaikan teknis dan optimasi performa, sehingga mobil lebih nyaman digunakan untuk perjalanan jauh. Perusahaan juga perlu memperkuat daya tahan komponen dan ketahanan kendaraan melalui pengujian kualitas material dan peningkatan standar produksi. Selain itu, proses servis dan perawatan harus lebih cepat dan efisien, misalnya dengan menambah jumlah bengkel resmi, memperluas stok suku cadang, atau memperbaiki sistem booking servis online. Terakhir, kenyamanan interior dapat ditingkatkan dengan penyempurnaan ergonomi kursi, kualitas material interior, dan desain kabin agar pengalaman berkendara lebih memuaskan bagi pelanggan.
2. PT. Simpur Mobil Lampung disarankan untuk meningkatkan penampilan dan profesionalisme karyawan melalui pelatihan khusus tentang etika pelayanan, penampilan rapi, dan komunikasi yang efektif. Selain itu, proses pembelian dan servis perlu

dijalankan dengan lebih tepat waktu dan akurat, misalnya dengan memperbaiki alur kerja internal, sistem penjadwalan, dan monitoring kualitas layanan. Daya tanggap karyawan juga dapat ditingkatkan dengan memberikan pelatihan respons cepat, memperkuat staf customer service, serta memanfaatkan teknologi untuk mempermudah komunikasi dengan pelanggan. Aspek jaminan layanan dan empati dapat diperkuat melalui sosialisasi prosedur yang jelas, perhatian pribadi terhadap kebutuhan pelanggan, serta peningkatan keahlian staf dalam menangani masalah atau pertanyaan pelanggan dengan sabar dan ramah. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan kualitas pelayanan DFSK dapat meningkat dan kepuasan serta loyalitas pelanggan semakin terjaga.

3. PT. Simpur Mobil Lampung disarankan untuk meningkatkan fitur interaktif pada media sosial, misalnya melalui video demo, fitur live, kuis, atau sesi tanya jawab langsung dengan pelanggan agar pemahaman produk menjadi lebih mudah dan menyenangkan. Selain itu, perusahaan dapat memperbaiki tata letak dan visual konten sehingga informasi lebih mudah diakses dan dipahami oleh semua kalangan. Peningkatan strategi konten ini diharapkan dapat memperluas jangkauan konsumen, meningkatkan interaksi, dan mendorong loyalitas serta kepuasan pelanggan terhadap produk DFSK melalui media sosial.
4. PT. Simpur Mobil Lampung disarankan untuk memberikan pelatihan tambahan bagi service advisor, agar mampu menjawab pertanyaan pelanggan dengan lebih cepat, akurat, dan memberikan solusi yang tepat. Peningkatan kenyamanan ruang tunggu dan fasilitas servis dapat dilakukan dengan memperbarui fasilitas, menambah kursi, memperbaiki kebersihan, dan menyediakan fasilitas pendukung seperti Wi-Fi atau area hiburan ringan. Selain itu, proses serah terima kendaraan perlu diperkuat

melalui komunikasi yang lebih jelas dan terstruktur, misalnya dengan checklist atau panduan tertulis mengenai kondisi kendaraan dan layanan yang telah dilakukan, sehingga pelanggan merasa lebih aman dan puas. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap inovasi dan pertumbuhan penjualan menunjukkan tren positif.

5. PT. Simpur Mobil Lampung sebaiknya lebih meningkatkan promosi dan penetrasi pasar untuk produk baru, terutama dengan strategi pemasaran yang lebih agresif dan personalisasi penawaran. Ini akan membantu menjangkau konsumen potensial yang lebih luas serta mendorong pertumbuhan jumlah pelanggan dalam jangka panjang.
6. PT. Simpur Mobil Lampung disarankan untuk meningkatkan proses respons terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan, misalnya dengan memperpendek waktu tanggapan awal melalui sistem notifikasi otomatis atau penambahan staf customer service. Selain itu, perusahaan dapat memperbaiki efisiensi penyelesaian masalah dengan memperkuat koordinasi internal, standarisasi prosedur penanganan keluhan, serta pemanfaatan teknologi untuk memantau progres penyelesaian masalah. Untuk mengurangi usaha berlebihan dari pelanggan, DFSK dapat menyediakan panduan digital, FAQ interaktif, atau chat support yang memudahkan pelanggan memperoleh informasi tanpa harus mengulang kontak berulang kali. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang.

5.2.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian hasil dari tesis ini memberikan panduan strategis bagi pihak manajemen PT. Simpur Mobil Lampung, khususnya dalam mengelola kualitas produk, kualitas layanan, dan

penggunaan media sosial, serta dalam penerapan Customer Relationship Management (CRM). Berdasarkan hasil penelitian, beberapa poin penting terkait implikasi manajerial meliputi:

1. Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan

Manajemen harus fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan agar dapat secara signifikan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan staf, peningkatan standar layanan, dan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan .

2. Pengoptimalan Penggunaan Media Sosial Penggunaan media sosial perlu dimaksimalkan sebagai saluran komunikasi dan promosi yang efektif. Media sosial berpotensi memperkuat engagement pelanggan dan meningkatkan persepsi positif terhadap brand DFSK Motors.

3. Pengimplementasian Customer Relationship Management (CRM)

CRM berperan penting dalam memoderasi pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penerapan sistem CRM yang efektif dan efisien sangat dianjurkan, termasuk pengelolaan data pelanggan yang baik dan program-program loyalitas yang personal.

4. Strategi Personalization dan Pengelolaan Data

Perlu adanya pendekatan personalisasi layanan berdasarkan data pelanggan yang dikumpulkan melalui CRM. Hal ini akan meningkatkan pengalaman pelanggan dan menumbuhkan loyalitas, sehingga meningkatkan peluang pembelian kembali dan merekomendasikan produk .

5. Peran Manajemen dalam Mendukung Implementasi CRM

Dukungan manajemen sangat menentukan keberhasilan pengembangan dan pemanfaatan CRM. Dukungan ini berupa

alokasi sumber daya, pelatihan staf, dan kultur perusahaan yang berorientasi pada pelanggan

6. Monitoring dan Evaluasi Berkala.

Penting untuk secara rutin melakukan monitoring dan evaluasi terhadap aktivitas yang berhubungan dengan kualitas produk, layanan, media sosial, dan penggunaan CRM agar dapat melakukan perbaikan berkelanjutan dan menyesuaikan strategi sesuai dinamika pasar dan feedback pelanggan.