

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Customer relationship management* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toyota intercom kota padang.
2. Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toyota intercom kota padang.
3. Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Toyota intercom kota padang.

#### 5.2 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi praktis dan pedoman serta masukan bagi manajemen Toyota intercom. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen toyota intercom Kota Padang masih tergolong kedalam kategori cukup atau belum dapat dikatakan tinggi. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen Toyota intercom Kota Padang di masa yang akan datang. Upaya yang kita berikan seperti menanyakan keadaan kendaraan konsumen, mengingatkan jadwal service kendaraan customer, memberi hadiah kepada konsumen yang loyal, serta menepati janji kepada konsumen. Upaya peningkatan kepuasan konsumen Toyota intercom Kota Padang sebagaimana yang dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan *customer relationship management* .Hal ini

disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variabel *customer relationship management* merupakan variable penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen toyota intercom padang.

### **5.3 Keterbatasan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka beberapa keterbatasan dan ran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini membahas secara keseluruhannya produk Toyota, sehingga hasil penelitian tidak memfokuskan terhadap satu jenis mobil. Dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda.
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen maupun variabel yang menjadi akibat dari kepuasan konsumen.
3. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 100 orang atau masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Putra, Bagas, and Susilo Toto Raharjo. 2022. “VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Bengkel Alex Ac Mobil Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 11(1): 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Andhini. (2017). Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(7), 1–23.
- Armanto, Rully, Muji Gunarto, and Rama Waluyo. 2023. “Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Resto Padang Di Kota Palembang.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi* 4(3): 350–61.
- Astuti, R., & Bahrin, K. (2022). The Effect of Satisfaction and Trust on Purchase Intention on Aromania Parfumery Kapuas Products , Bengkulu City Pengaruh Satisfaction dan Trust terhadap Purchase Intention pada Produk Aromania Parfumery Kapuas Kota Bengkulu. 54–63.
- Buddy, Tabroni, F. Salim. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* Vol 4 NO 2 Desember 2019 E-ISSN : 2597-39024(2), 110–125

- Budiyanto, G. A., & Surya, D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelabuhan Cigading–PT Krakataupun Bandar Samudera). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 3(2), 198-214
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Cindy Mahardika Sari, A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee ( Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya) Marsudi Lestariningsih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(Mei), 17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4012/4023/>
- Daga, Rosnaini. 2019. Buku 1, Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan.
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K. K., & Zhang, J. (2010). Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. *International Journal of Information Management*, 30(4), 289–300. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2009.10.001>

- Dewi, A. A. C. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Sushi Tei Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-9.
- Dinda Nurhaliza Putri Diana, AG Sudibyo. Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim. *Bandung Conf Ser Public Relations*. 2023;3(3):1120-1123. doi:10.29313/bcspr.v3i3.9622
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado). *Jurnal Emba*, 4(1), 109–119. File:///C:/Users/User/Documents/Proposal/Jurnal/Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado)
- Engel J.F., Blackwell R.D., Miniard P.W. (1995). *Consumer Behavior*. Edisi ke-8. Orlando, Florida: The Dryden Press.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684> Fadilah
- Fajrina, R Sherly. 2012. Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Komunikasi Word of Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja. Jakarta: Universitas Indonesia.

Ferrinadewi. "Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian". *Jurnal Ekonomi* Vol. 17 No.1. 2005.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Deepublish Publisher

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 61–72  
<https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>

Herwin Ferryal Abadi, 2018, Pengaruh reputasi perusahaan dan reputasi vendor Terhadap keputusan pembelian secara online dengan Kepercayaan konsumen sebagai variabel antara, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol.3, No.3, Oktober 2018: 353 – 364 ,P-ISSN 2527–7502 E-ISSN 2581- 2165

<https://www.gaikindo.or.id>

Jasin, H., Siti, M., Rambe, M. F., & Siregar, R. B. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank Dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22, 86-102.

Kevin & Mukti Rahardjo. 2018. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Reputasi Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*. Vol. 2 No. 2

- Kifti, W. M., & Swaradana, W. (2020). Analisis Dan Perancangan E-Marketing Dengan Konsep Customer Relationship Manajemen (Crm). *Journal of Science and Social Research*, 4307(1), 57–63. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>.
- Kiswar. a e. p.(2017), analisis kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan, komitmen dan loyalitas pelanggan pada layanan e-commerce (studi pada pelanggan layanan treveloka) (doctoral dissertation, fe umy)
- Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th Edition). Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Buku I, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–80.
- Kumar dan Reinartz. 2012. *The Customer Relationship Management: Concept. Strategy, Tools*. London: Spinger.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock\_C, dan Wirtz\_J. 201 1. *Pemasaran Jasa Perspektif E7*. Erlangga, Jakarta
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). *Cv Mitra Perkasa Utomo*. Agora, 7(1)

- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1)
- Maimunah, Siti. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen." *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN* 1(2): 57–68.
- Marlinda. 2018. "Pengaruh Customer Relation Management Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT.POS Indonesia (Persero) Medan." *Pengaruh Customer Relation Management Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT.POS Indonesia (Persero) Medan*
- Mowen, John. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*, jilid 2, Edisi kelima. 55 Jakarta:Erlangga
- Nawawi, I., & Permadi, A. (2022). Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang. *RISK : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 3(2), 25–38. <https://doi.org/10.30737/risk.v3i2.4056>
- Norita, Deri, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto Suharto, and Adib Fachri. 2022. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Berdasarkan Konsep Green Banking Bri Syariah Kc Tanjung Karang." *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)* 4(1): 1–8.
- Priansa Doni Juni. (2021). *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung, Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni.2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : Pusaka Setia



- Rahmatika, S. dan P. N. Madiawati. 2020. The Effect of E-Service Quality and Promotion on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variables of PLN Mobile. *E-Proceeding of Management* 7(1): 1289-1303
- Rahmawati A, Padmantlyo S, Setyawan AA. Pengaruh Kualitas Pelayanan Digital, Kepercayaan Pada Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Skincare Lokal. *J Manaj Bisnis Kerat*. 2023;8(2):1-23.<https://jsr.lib.ums.ac.id/index.php/determinasi/article/view/35%0Ahttps://jsr.lib.ums.ac.id/index.php/determinasi/article/download/35/33>
- Rahmawati NW. Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Klinik Kecantikan. *Psikoborneo J ilm Psikol*. 2021;9(3):doi:10.30872/psikoborneo.v9i3.6456
- Sangadji, etta mamang, & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (N. FM (ed.); edisi pert). Andi Offset.
- Selnes, Fred. 1993. An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation,
- Setyawan, O. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Dan Kepuasan Nasabah Dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah Pada Penggunaan Mobile Banking Di PT Bank XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan /Volume 3/No.3: 18-23*
- Suci Utari, Desi, 2015. Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Jasa Asuransi, *Jurnal: Jom FISIP Volume 2 No. 2 – Oktober*
- Suharso dan Ana Retnoningsih. 2015. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Cv Afabeta.
- Sulistyowati, Murni, Septiana Novita Dewi dan Aris Tri Haryanto. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada PD. BPR BKK KARANGMALANG KABUPATEN SRAGEN. *Buletin Ekonomi*. Vol. 14 No. 1
- Sutardi, Sutardi, Bambang Mursito, and Rochmi Widayanti. 2019. “Analisis Kualitas Pelayanan, Citra Merk, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Go-Jek Universitas Islam Batik Surakarta.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 3(02): 470–78.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Utari, D. S. (2015). PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA JASA ASURANSI. *Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau Program*, 2(2), 1–8
- Yee, B., & Faziharudean, T. M. (2010). Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems*, 2010, 1–22. <https://doi.org/10.5171/2010.592297>