

## **BAB V**

### **PENUNTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Efektivitas pelayanan konsumen sama artinya dengan keuntungan. Kepuasan konsumen akan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli suatu produk. Konsumen yang merasa puas akan memberikan persepsi positif bagi citra perusahaan PT. astra yang memberikan pelayanan yang baik, yang berujung pada *feed back* positif bagi perusahaan PT. astra Cabang Mataram. *Feed back* positif yang dimaksud dapat berupa peningkatan penjualan produk, yang mana produk perusahaan PT. astra Cabang Mataram memiliki varian yang banyak. Pelayanan yang diberikan terhadap para konsumen berdasarkan dimensi pelayanan termasuk ke dalam kategori pelayanan yang baik dan tingkat kepuasan para konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan produk sepeda motor di PT. astra motor Cabang Mataram.

#### **5.2 Saran-Saran**

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, dengan melihat prospek ke depan, maka penulis dapat mengemukakan beberapa hal yang kemudian dijadikan sebagai bahan rekomendasi, yaitu sebagai berikut :

1. Kepala Cabang PT. Astra Motor cabang Mataram hendaknya mewujudkan pertanggungjawaban dalam organisasi, dalam mengelola sumber daya yang

tersedia, dalam rangka pencapaian tujuan, melalui suatu media berupa laporan akuntabilitas kinerja secara periodik.

2. Meskipun secara rata-rata pelayanan karyawan PT. astra termasuk ke dalam kategori yang baik, namun masih perlu meningkatkan pelayanan agar meningkat menjadi kategori sangat baik.
3. Meskipun kepuasan konsumen berpengaruh terhadap peningkatan jumlah penjualan produk sepeda motor di PT. Astra pihak perusahaan hendaknya juga memperhatikan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi, demi memegang teguh visi dan misi perusahaan.
4. Perlu diadakan penelitian selanjutnya, dengan maksud untuk mengetahui faktor yang benar-benar mempengaruhi peningkatan volume penjualan produk sepeda motor sebagai upaya peningkatan pelayanan kepada konsumen kedepannya.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- \_\_\_\_\_, (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ashar Sunyoto. (2001). *Psikologi industri dan Organisasi*. UIP. Jakarta.
- Azwar. Saifudin. (2003). *Penyusunan Skala Psikologi. Edisi I*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Burhan, Bungin, (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Grapindo Persada, Jakarta.
- Darmawi, Herman, (2004), *Manajemen Asuransi*, Bumi Aksara. Jakarta.
- Freddy Rangkuti, (2003), *Measuring Customer Satisfaction*, cetakan kedua. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gaspersz. (2002). *Total Quality Management*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S. P. (2001), *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- \_\_\_\_\_, (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan 9*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller (2009), *Manajemen Pemasaran, Terjemahan : Bob. Sabran. Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kitan Undang-Undang hukum Dagang (KUHAD) (*Wetboek van Koophandel voor Indonesie*) S.1847-23 diakses <http://perusahaan.web.id/download/kita-undang-undang-hukum-dagang-kuhd/> tanggal 5 April 2012 pukul 11.30 AM
- Muchdarsyah, Sinungan, (2008), *Produktivitas Apa dan Bagaimana*, PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nasution. (2003). *Metode Research*, PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nana Syaodih Sukmadinata, (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Radiks Purba. (2002). Asuransi Indonesia. Salemba Empat. Jakarta.**
- Samuelson, (2004). *Ilmu Makroekonomi. Edisi Ketujuhbelas*. PT. Media Global Edukasi. Jakarta.

*Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.*

\_\_\_\_\_, (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Alfabeta. Bandung.

\_\_\_\_\_, (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.

*Tjiptono, Fandy. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Andi. Yogyakarta.*

Undang-Undang nomor 2 tahun 1992. Tentang. Usaha Perasuransian.

# LAMPIRAN











