

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Setelah membahas variabel dan hasil penelitian yang diperoleh pada kajian terkait “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan *Customer Relationship Management* terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa *Mindo Online Training* pada *Mindo Education*” penulis menarik beberapa kesimpulan yaitu :

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang jasa *Mindo Online Training* pada *Mindo Education*. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam penyediaan jasa, namun dalam konteks penelitian ini kualitas pelayanan belum menjadi faktor utama yang mendorong peserta untuk melakukan pembelian ulang.
- 2) Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang jasa *Mindo Online Training* pada *Mindo Education*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan peserta setelah mengikuti pelatihan, maka semakin besar kemungkinan peserta untuk melakukan pembelian ulang.
- 3) *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang jasa *Mindo Online Training* pada *Mindo Education*. Hal ini menegaskan bahwa pengelolaan hubungan pelanggan yang baik mampu meningkatkan kecenderungan peserta untuk kembali menggunakan jasa pelatihan.

### B. Saran

Berlandaskan dari analisis serta kesimpulan pada penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran yang bisa menjadi pertimbangan oleh *Mindo Education* agar bisa meningkatkan Keputusan Pembelian Ulang Jasa *Mindo Online Training*, yaitu :

- 1) Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian ulang, maka *Mindo Education* disarankan untuk terus meningkatkan mutu pelayanan, khususnya pada aspek daya tanggap, keandalan, serta empati

kepada peserta. Pelayanan yang cepat, jelas, dan ramah diharapkan dapat semakin meningkatkan pengalaman peserta selama mengikuti pelatihan.

- 2) Mengingat kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan, pihak Mindo Education perlu lebih memperhatikan kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta, metode penyampaian yang mudah dipahami, serta manfaat pelatihan yang dirasakan secara langsung. Upaya ini penting agar tingkat kepuasan peserta tetap terjaga dan mampu mendorong minat pembelian ulang.
- 3) Berkaitan dengan *Customer Relationship Management* (CRM) yang juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, disarankan agar Mindo Education memperkuat komunikasi dengan peserta, baik sebelum, selama, maupun setelah pelatihan. Selain itu, tindak lanjut pascapelatihan serta pengelolaan data pelanggan secara lebih terstruktur dapat membantu membangun hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas peserta.

