

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yang kemudian diuraikan di atas mengenai pengaruh *Customer relationship management* dan keunggulan bersaing terhadap loyalitas pelanggan PT. Yudhistira Ghalia Indonesia cabang Jambi, maka ditarik kesimpulan yaitu:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan dari variabel independent yaitu *Customer relationship management* (X1) dan keunggulan bersaing (X2) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y). Artinya, apabila program-program dari *Customer relationship management* dan keunggulan bersaing itu digunakan secara simultan oleh PT. Yudhistira cabang Jambi, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan dari PT. Yudhistira cabang Jambi.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *Customer relationship management* (X1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel keunggulan bersaing (X2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).
4. Pengaruh yang paling dominan dalam loyalitas pelanggan yaitu keunggulan bersaing (X2). Artinya keunggulan bersaing adalah faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, semakin tinggi keunggulan produk yang diberikan PT. Yudhistira, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas para pelanggannya.

6.1 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka penulis akan memberikan saran untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya yaitu:

1. Pada variabel *customer relationship management* disarankan untuk PT. Yudhistira Ghalia Indonesia cabang Jambi lebih meningkatkan sistem pemesanan produk, seperti menyederhanakan alur pemesanan, sehingga pelanggan PT. Yudhistira cabang Jambi tidak melalui tahapan yang panjang dalam pemesanan produk.
2. Pada variabel keunggulan bersaing PT. Yudhistira Ghalia Indonesia cabang Jambi disarankan untuk meningkatkan keandalan dalam pengiriman produk agar sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Cara yang dapat dilakukan PT. Yudhistira cabang Jambi yaitu dengan memeriksa kembali produk yang akan dikirimkan kepada pelanggan, serta lebih mempercepat pengiriman produk kepada pelanggan.
3. Pada variabel loyalitas pelanggan disarankan untuk PT. Yudhistira cabang Jambi lebih meningkatkan indikator pembelian antar lini produk, dengan cara memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan, promosi yang menarik, serta pelayanan yang baik kepada pelanggan PT. Yudhistira Jambi.
4. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti variabel *Customer relationship management*, Keunggulan Bersaing, dan Loyalitas Pelanggan sebaiknya peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya seperti kepuasan pelanggan.