

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 KESIMPULAN

Profil responden mayoritas dari bidang perkantoran. Kebanyakan dari responden mulai memakai produk Kingstone dari tahun 2010. Dari seluruh responden, mayoritas pernah membeli produk Kingstone, lalu pindah ke merk lain, lalu pindah ke produk Kingstone lagi. Lakban yang paling sering dibeli oleh seluruh responden adalah jenis *double-tape*.

Setelah dilakukan *cross-tab* antara tabel data dari profil responden, terdapat 3 kesimpulan yang didapat :

1. Kebanyakan jenis perusahaan mulai menggunakan produk Kingstone pada tahun 2012, tetapi lonjakan tertinggi ada pada tahun 2012 dari bidang perkantoran yaitu sebanyak 20 responden.
2. Mayoritas dari bidang percetakan dan toko ATK tidak pernah berpindah ke merk lain selain Kingstone.
3. Jenis lakban yang paling sering dibeli adalah *double-tape*. Semua jenis perusahaan membeli *double-tape*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa dimensi dari kualitas produk memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Indikator dengan skor tertinggi adalah “PT. Sinar Utama Mandiri dapat dipercaya”. Indikator dengan skor terendah

adalah “Perusahaan anda akan mendorong perusahaan lain untuk menggunakan produk Kingstone”

Maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. Sinar Utama Mandiri membeli produk Kingstone secara loyal karena PT. Sinar Utama Mandiri membangun kepercayaan dengan pelanggan secara baik.

Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah “Perusahaan anda akan mendorong perusahaan lain untuk menggunakan produk Kingstone” karena lebih banyak pelanggan PT. Sinar Utama Mandiri adalah bagian perkantoran sehingga mereka hanya menggunakan produk Kingstone untuk operasional saja, bukan untuk dijual kembali.

## **6.2 SARAN**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang bisa diberikan oleh penulis untuk PT. Sinar Utama Mandiri agar PT. Sinar Utama Mandiri terus membangun kepercayaan dengan para pelanggannya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara :

- Terus menjaga kualitas produk Kingstone  
Kualitas produk merupakan kunci utama dalam menjaga kepercayaan pelanggan. Dengan menghadirkan produk-produk yang tidak menurun kualitasnya, maka pelanggan akan selalu setia dengan produk Kingstone
- Selalu bersikap jujur kepada pelanggan  
Dalam bisnis perdagangan, kejujuran menjadi hal yang penting dalam menarik pelanggan.

- Memberikan pelayanan semaksimal mungkin

Dengan memberikan pelayanan yang bagus, maka akan tercipta kepuasan pelanggan produk Kingstone

- Memberi nilai lebih pada pelanggan setia.

### DAFTAR PUSTAKA

- Garvin, D. A. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. 101-109.
- Ghozali, I. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 105.
- Griffin, J. (2005). Customer Loyalty. 5.
- Gujarati, D. N. (2012). Dasar-dasar Ekonometrika. 406.
- Hasan, M. I. (2002). Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. 58.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran, 283.
- Kotler, P. & Keller. (2016). Marketing Management. 153.
- Lohr, S. L. (1999). Sampling : Design and Analysis.
- Nagyová, E., Holienčinová, M., Košičiarová, I., & Holota, T. (2016). Corporate social responsibility in food manufacturing companies environmental dimensions. 1037-1043.
- Oliver, R. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 33-44.
- Rundle-Thiele, S., & Maio Mackay, M. (2001). Assessing the Performance of Brand Loyalty Measures. 529-546.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai. 116.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). Metode Penelitian Survei (Editor). 3.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. 354.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 177.

Sunyoto, D. D. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. 284.

Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran*. 127.

Zikmund, William G. (2003). *Customer Relationship Management : Intergrating Marketing Strategy and Information Technology*. USA : Wiley.