

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan atas kinerja *marketing mix* terhadap loyalitas pelanggan CV.AS Plastik. Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan:

1. Kepuasan pelanggan atas kinerja *marketing mix* CV.AS Plastik :

pelanggan sangat puas terhadap dimensi *product*, *price*, dan *promotion*, sedangkan pada dimensi *place* pelanggan merasa puas. Secara keseluruhan pelanggan sangat puas dengan kinerja *marketing mix*.

Pada dimensi *product* pelanggan sangat puas terhadap kualitas, ketahanan, dan kemudahan plastik untuk digunakan.

Pada dimensi *price* pelanggan sangat puas pada kejelasan informasi tentang harga, potongan harga, harga khusus, dan kelonggaran jangka waktu pembayaran, dan pelanggan puas terhadap harga yang lebih murah daripada pesaing.

Pada dimensi *place* pelanggan puas terhadap pengiriman produk, kemudahan pembelian dan syarat pembelian.

Pada dimensi *promotion* pelanggan sangat puas terhadap hubungan baik dan frekuensi pemberian informasi baru kepada pelanggan.

2. Pelanggan CV.AS Plastik loyal terhadap perusahaan CV.AS Plastik

3. Kepuasan pelanggan atas kinerja *marketing mix* ( yang terdiri dari dimensi *product*, *price*, *place*, *promotion* secara bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 19,8%. Diantara dimensi *product*, *price*, *place*, dan *promotion*, hanya dimensi *price* yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,481 sedangkan dimensi *product*, *place*, *promotion* tidak berpengaruh secara signifikan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan rumusan masalah serta kesimpulan yang didapat pada penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait. Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Dari segi produk, meskipun kualitas plastik sudah baik, kualitas harus tetap dijaga agar pelanggan tetap loyal kepada CV.AS Plastik. Seperti dari segi ukuran jangan sampai tidak sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan. Ketebalan plastik harus sesuai dengan yang diminta oleh pelanggan, karena ketebalan sangat mempengaruhi kuantitas dari plastik per kilo. Ketahanan plastik diperhatikan agar plastik tidak mudah bolong yang mengakibatkan pelanggan kecewa.
- Dalam penelitian ini, dimensi *price*/harga yang berpengaruh secara signifikan. Maka dari itu harga produk benar-benar harus diperhatikan. Perusahaan juga harus terus *up to date* terhadap harga pasaran, jangan sampai kita tertinggal kabar harga yang bisa mengakibatkan perusahaan merugi.
- Kinerja *place* dapat ditingkatkan mengenai ketepatan waktu pengiriman sehingga diusahakan untuk tidak terlambat. Distribusi dapat diperluas dengan menambah jumlah pelanggan di kota-kota agar lebih mudah dan lebih cepat mendapatkan produk plastik
- Promosi sudah baik, dimana selalu memberikan informasi yang *up-to-date* seperti informasi harga pasar, informasi pengiriman barang, informasi lama pekerjaan, dan sebagainya. Sehingga untuk promosi sudah baik dan tetap dipertahankan.
- Saran lainnya : CV.AS Plastik dapat membuat *database* pelanggan untuk mempermudah analisa, *monitoring*, dan evaluasi tentang pelanggan agar dapat diambil keputusan pemasaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., Biel, A., and Day, G. 2011. *Marketing Research (10<sup>th</sup> Edition, International Student Version)*. United States: John Wiley & Sons
- Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Penerjemah : Andrea Winardi. Yogyakarta: Andi.
- Dick, A S dan Basu, K. 1994. Customer Loyalty : Toward an Integrated Conceptual Framework, *Journal of Academy Marketing Science*, Vol 22,.99-113
- Gaspersz, V. 2005. *Total Quality Management*. (Penerjemah : Amir Abadi Jusuf dan Rudi M. Tambunan). Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama
- Gramer dan Brown. 2006. *Loyalitas Pelanggan Sebagai Strategi Bersaing*. Erlangga: Jakarta.
- Griffin, J. 2007. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. (Penerjemah : Dwi Kartini Yahya). Jakarta: Erlangga.
- Griffin, R. W dan Ebert, R. J. 2008. *Bisnis* ,ed 8 jilid 1 (Penerjemah : Sita Wardhani). Jakarta: Erlangga.
- Huang, Y.C., Wu, J.Y.C., Wang, YC., and Boulanger, N.C. 2011. Decision Making In Online Auctions. *Management Decision*, 49 (5):
- Kotler, P and Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. 17<sup>th</sup> Edition. Pearson
- Kotler, P dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. 16<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson.
- Lovelock, C. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta., Kelompok Gramedia, Indeks,
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. 2008. *Bauran Pemasaran Bisnis Jasa*. Jakarta, Salemba Empat.

- Robinette, S. 2001. *Emotion Marketing*. Jakarta: MC.Grow Hill Book Company.
- Sekaran, U dan Bougie. R. 2010. *Research Method for Bussiness : A Skill Building Approach*. John Wiley. 5<sup>th</sup> edition. New York. John Wiley and Sons.
- Silalahi, U. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Reflika Aditama.
- Simamora, B. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Edisi 3. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B dan Sukotjo, I. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi 3. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi 1, Yogyakarta: Penerbit Bayumedia Publishing.

Situs Internet

<https://www.wartaekonomi.co.id/read156601/konsumsi-tinggi-permintaan-produk-plastik-capai-468-juta-ton.html>

[7 Agustus 2018]

<http://www.juraganplastik.com/informasi/penggunaan-pp-pe-opp-hd-untuk-makanan/>

[9 November 2018]