

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di **CV. Integriti Yassa Knitting** mengenai **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan** maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Jenis Bauran Pemasaran yang dilakukan di CV. Integriti Yassa Knitting dalam hal ini menyangkut 4 (tiga) aspek yaitu mempertahankan Kualitas Produk, Mempertahankan penetapan Harga yang standard serta melakukan Penjualan Langsung ke toko-toko, grosir maupun outlet, lokasi pabrik yang mudah dijangkau dalam pendistribusian.
2. Aspek kepuasan pelanggan merupakan salah satu representasi dari loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang puas terhadap mutu produk, penetapan harga serta pelayanan penjualan langsung dapat diharapkan akan menjadi pelanggan yang loyal.
3. Seperti diketahui, bahwa pengujian dengan menyebar kuesioner bukan satu-satunya alat ukur yang akurat, terutama sekali pengujian sangat tergantung pada kondisi dan kualitas saat kuesioner disebarkan dan diisi oleh responden, oleh karena itu alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini di uji validitas dan reliabilitasnya, dan memberikan tingkat validitas dan reliabilitas yang baik.

4. Dari pengolahan statistik hasil pengambilan data kuesioner, dan berdasarkan perhitungan regresi ganda yang dilakukan demikian pula setelah pengujian hipotesis dengan uji F serta uji T, didapatkan angka-angka yang sangat meyakinkan bahwa **loyalitas pelanggan CV. Intergriti Yassa Knitting saat ini sangat baik.**
5. Loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh pelaksanaan bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan. Bila dalam pelaksanaan bauran pemasaran bisa memberikan kepuasan maksimal bagi pelanggan maka akan terbentuk loyalitas pelanggan yang baik, tetapi sebaliknya apabila pelaksanaan bauran pemasaran diperusahaan buruk maka tidak akan terbentuk loyalitas pelanggan yang baik.

5.2 Saran

Seperti diketahui bahwa bauran pemasaran hanyalah salah satu cara untuk menyampaikan pesan dari produsen ke konsumen agar produk dikenal oleh konsumen dan yang pada akhirnya produk tersebut akan laku terjual. Dalam dunia usaha, apapun cara yang ditempuh dan dipilih, pada intinya adalah bagaimana membuat terobosan baru yang inovatif agar dapat meningkatkan penjualan.

Penulis pada kesempatan ini memberikan rekomendasi kepada CV. Integrity Yassa Knitting untuk mengembangkan beberapa alternatif peningkatan penjualan – diluar upaya-upaya yang telah dilakukan saat ini – dengan cara penetrasi langsung ke pasaran dengan segmen market yang lebih beragam.

Disamping hal tersebut, penulis juga memberikan saran kepada **CV. Integriti Yassa Knitting** untuk melakukan survey pasar yang bertujuan untuk lebih mempertajam segmen pasar dari setiap produk yang dipasarkan sehingga mempunyai informasi hal-hal berikut :

1. Segmen Usia Berapa yang loyal terhadap produk?
2. Segmen strata ekonomi berapa yang loyal terhadap produk?
3. Berapa persen konsumen yang sangat loyal, loyal dan kurang loyal
4. Pada waktu-waktu kapan konsumen yang loyal pada produk ingin variasi model?
5. Seberapa besar pengorbanan (effort) yang dibutuhkan oleh manajemen untuk mempertahankan konsumen yang kurang loyal agar tidak membeli produk lain?

Dengan adanya survey pasar yang menghasilkan informasi tersebut manajemen **CV. Integriti Yassa Knitting** dapat lebih fokus merancang sistem penjualan dan sistem pemasaran yang dapat langsung masuk ke dalam pasar sasaran.