

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Program Periklanan *Western Union* Melalui Majalah , bagaimana Loyalitas Pelanggan *Western Union* di daerah Tanjungsari, dan seberapa besar Pengaruh Program Periklanan *Western Union* di PT. BPR. Nusamba Tanjungsari. Setelah mengadakan penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan, kemudian menganalisisnya dengan menggunakan alat-alat statistik seperti yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses pelaksanaan iklan *Western Union* melalui majalah dalam memasarkan produknya kepada konsumen sudah cukup baik, hal ini dapat dilat dari tanggapan responden sebagai berikut: format iklan *Western Union* pada majalah telah sesuai dengan tujuan iklan responden menjawab sesuai sebesar 78,00%, tampilan warna iklan *Western Union* dimajalah telah sesuai dengan tujuan iklan sebesar 76,00%, waktu peredaran iklan *Western Union* sudah sesuai dengan tujuan iklan sebesar 74,00%, iklan *Western Union* memerlukan proses yang lama dalam pembuatan dan telah sesuai dengan iklan sebesar 79,00%, peredaran majalah sudah sesuai dengan waktu yang ditentukan sebesar 81,00%, iklan *Western Union* di majalah mampu menembus pasar yang dituju pengiklan sebesar 72,00%, iklan *Western Union* mampu diterima oleh pembaca sebesar 85,00%, iklan

*Western Union* di majalah mampu membuat konsumen percaya sebesar 77,00%, frekuensi dibacanya iklan *Western Union* dimajalah sebesar 79,00%, daya tahan kertas yang digunakan iklan *Western Union* baik sebesar 74,00%, tampilan teks iklan *Western Unionsudah* baik sebesar 84,00%, kertas majalah yang digunakan iklan *Western Union* telah sesuai dengan tampilan iklan sebesar 67,00%, kualitas tinta yang digunakan iklan *Western Union* sudah jelas dan baik sebesar 57,00%, kualitas warna yang digunakan iklan *Western Union* di majalah sudah jelas sebesar 76,00%, keluasan cakupan iklan *Western Union* mampu terbaca oleh masyarakat luas sebesar 72,00%, rangsangan tampilan iklan telah mampu merangsang konsumen untuk membacanya sebesar 72,00%, dan bahasa iklan mampu merangsang konsumen untuk membacanya sebesar 85,00%. Secara umum rata-rata responden menyatakan bahwa iklan *Western Union* di majalah sudah sangat baik.

2. Loyalitas pelanggan *Western Union* khususnya di daerah Tanjungsari sudah baik, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden sebagai berikut: akan menggunakan jasa *Western Union* jika ada jasa baru yang ditawarkan 59,00% responden menjawab setuju, selalu teratur menggunakan jasa *Western Union* 62,00% responden menjawab setuju, akan tetap menggunakan jasa *Western Union* walaupun harga yang ditawarkan lebih mahal dari jasa sebelumnya 63,00%, responden menjawab setuju, akan mengatakan kepada orang lain jasa pengiriman uang yang ditawarkan *Western Union* 63,00% responden menjawab setuju,

akan merasa senang jika orang lain juga menggunakan jasa pengiriman uang yang ditawarkan *Western Union* 59,00% menjawab setuju, akan meyakinkan orang lain menggunakan jasa pengiriman uang yang ditawarkan *Western Union* 59,00% responden menjawab setuju, akan menolak jika ada yang mengatakan bahwa ada jasa pengiriman uang lain lebih baik 70,00% responden menjawab setuju, tetap menganggap jasa pengiriman uang yang terbaik walaupun banyak yang lebih baik 72,00% responden menjawab setuju, tidak akan pernah mencoba jasa pengiriman uang lain 77,00% responden menjawab setuju. Dari kesimpulan diatas dapat dilihat bahwa pelanggan *Western Union* loyal terhadap jasa yang ditawarkan *Western Union*, karena mungkin pelanggan *Western Union* menganggap hasil yang dicapai oleh pihak *Western Union* sudah sesuai dengan keinginan pelanggan.

3. Dari perhitungan analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $28,855 + 0,033 X$ . Dimana Y adalah loyalitas pelanggan *Western Union* di PT. BPR Nusamba Tanjungsari dan X adalah program periklanan melalui majalah.

Pengaruh antara proses pelaksana periklanan melalui majalah terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 3,00% berarti masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan disamping program periklanan adalah sebesar 97,00% diantaranya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian seperti, produk, harga, saluran distribusi, dan variabel promosi lainnya.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengemukakan beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak masing-masing baik pihak *Western Union* maupun pihak universitas.

1. Pihak *Western Union* sebaiknya melakukan promosi bukan hanya melalui media cetak seperti majalah akan tetapi sebaiknya *Western Union* melakukan promosi melalui media elektronik seperti radio yang mempunyai frekuensi dan jangkauan yang luas.
2. Dilihat dari hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 3,00% berarti masih terdapat faktor lain sebesar 97,00% yang mempengaruhi loyalitas pelanggan *Western Union* selain majalah, seperti harga, pesaing, dan promosi. Untuk itu disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut tentang hubungan antara harga, pesaing, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan *Western Union*.
3. Pihak *Western Union* sebaiknya memberikan potongan biaya pengiriman apabila konsumen mengirimkan dana yang sangat besar guna meningkatkan loyalitas pelanggannya.
4. Pihak *Western Union* memberikan bonus berupa barang sebagai konsekuensi bagi pelanggan yang melakukan pengiriman dana yang sangat besar, sehingga pelanggan akan semakin loyal akan jasa yang ditawarkan oleh *Western Union*, seperti souvenir berupa payung atau barang lainnya.

5. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji regresi sederhana yang hasilnya kurang akurat maka dari itu pada penelitian yang akan datang sebaiknya menggunakan metode yang lebih akurat.
6. Dalam penelitian ini, peneliti merasa masih terdapat banyak kekurangan-kekurangan yang perlu diperbaiki. Adapun keterbatasan penelitian yang peneliti dapatkan antara lain:
  - Peneliti merasa cukup sulit dalam melakukan penelitian dikarenakan keterbatasan satu dan lain hal.
  - Keterbatasan waktu, dengan padatnya waktu peneliti yaitu kuliah, peneliti merasa hasil penelitian ini belum optimal.
  - Peneliti merasa cukup sulit untuk mendapatkan informasi dari pihak *Western Union* di PT. BPR Nusamba Tanjungsari karena alasan satu dan lain hal.

Oleh karena itu, peneliti berharap bagi pembaca dapat memahami segala keterbatasan yang ada dalam penelitian ini.

7. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap apa yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat memberi manfaat bagi perusahaan yang diteliti maupun para pembaca. Peneliti berharap ini dapat mendorong mahasiswa lain melakukan penelitian tidak hanya (program periklanan melalui majalah) saja melainkan promosi lain seperti promosi dari mulut ke mulut (WOM) dan masih banyak promosi yang bisa dilakukan dan mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga manfaat yang diberikan kepada perusahaan yang diteliti jauh lebih besar daripada penelitian ini.