

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh Pemasaran Relasional terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Pemasaran Relasional (Empati,Service,Komitmen,Kepercayaan) telah diterapkan pada perusahaan PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang.
2. Berdasarkan hasil uji regresi berganda bahwa Pemasaran Relasional dalam empat indikator yaitu Empati,Service,Komitmen,Kepercayaan mempunyai pengaruh dan hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian Produk obat-obatan pada PT Rajawali Nusindo.
3. Dari hasil persamaan regresi maka variabel Pemasaran Relasional yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang adalah Service dan Kepercayaan hal ini disebabkan karena variabel Service dan variabel Kepercayaan mempunyai nilai *standardized* yang terbesar jika dibandingkan dengan variabel Empati dan Komitmen.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang bisa diberikan antara lain:

1. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk bisa melakukan penelitian dengan menambahkan variabel lain ataupun mengganti metode yang lain, jangan menggunakan metode Pemasaran Relasional yang ada dikarenakan ada berbagai macam metode teori yang membahas tentang permasalahan tersebut
2. Bagi perusahaan yaitu PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang dalam melakukan pelayanan disarankan untuk memperdalam kegiatan Pemasaran Relasional untuk mempertahankan Pelanggan dalam waktu yang lama/dengan kata lain membuat pelanggan itu loyal terhadap perusahaan. Dari hasil penelitian, responden memberikan nilai sangat baik terhadap kegiatan Pemasaran Relasional terutama pada variabel Service dan Kepercayaan, sebab karyawan perusahaan melakukan dengan penuh hati yang ikhlas untuk dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan timbul loyalitas terhadap perusahaan.