

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui berbagai tahapan seperti pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data mengenai pengaruh marketing relationship, nilai pelanggan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan rokok produk PT Djarum, kesimpulan penelitian tersebut sebagai berikut:

1) Marketing relationship memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti, semakin dekat hubungan antara penjual dan konsumen rokok produk PT Djarum, semakin besar peningkatan dalam kepuasan pelanggan dan kemampuan untuk mempertahankan konsumen.

2) Nilai pelanggan memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, penilaian keseluruhan konsumen terhadap rokok produk PT Djarum semakin baik, semakin besar peningkatan dalam kepuasan pelanggan, atau semakin tinggi penilaian konsumen rokok produk PT Djarum, semakin besar juga peningkatan dalam kepuasan pelanggan

3) Citra merek memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik citra merek rokok produk PT Djarum, semakin besar peningkatan dalam kepuasan pelanggan, atau semakin tinggi reputasi produk PT Djarum, semakin besar juga peningkatan dalam kepuasan pelanggan yang nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian.

4) Marketing relationship, nilai pelanggan, dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rokok produksi PT Djarum, artinya marketing relationship, nilai pelanggan, dan citra merek secara bersama-sama dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan pihak lain yang terkait. Berikut adalah saran yang disampaikan:

1) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa marketing relationship memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian, ada hal-hal yang masih perlu ditingkatkan lagi pada PT Djarum dapat meningkatkan kegiatan public relations untuk membangun citra positif dan meningkatkan kesadaran merek. Kegiatan ini dapat mencakup penyelenggaraan acara komunitas, kerjasama dengan influencer, dan program CSR yang relevan dengan nilai-nilai konsumen.

2) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan, ada hal-hal yang masih perlu ditingkatkan lagi pada nilai pelanggan pemahaman kebutuhan pelanggan yaitu Pelajari dengan baik apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan. Berkomunikasi secara aktif dengan pelanggan untuk memahami preferensi dan kebutuhan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan, ada hal-hal yang masih perlu ditingkatkan lagi pada citra merek tp djarum dalam hal Program Loyalitas Pelanggan yaitu Buat program loyalitas yang memberikan insentif bagi pelanggan setia. Berikan reward atau diskon khusus untuk pelanggan yang sering bertransaksi. Agar citra PT Djarum cepat meluas bukan hanya di kualitas rokok nya saja akan tetapi dengan citra pembangunan loyalitas pelanggan agar terpuaskan.