

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian mengenai pengaruh harga dan *customer relationship marketing* terhadap loyalitas konsumen di Toko Surya Jaya Plastik (SJP), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang terjangkau, kompetitif, sesuai dengan kualitas produk, serta sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen mampu meningkatkan loyalitas konsumen. Kondisi tersebut mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang, tidak mudah berpindah ke pesaing, serta memiliki komitmen jangka panjang terhadap Toko Surya Jaya Plastik (SJP).

2. *Customer Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang baik, kepercayaan, komitmen, serta penanganan konflik yang dilakukan oleh toko mampu meningkatkan loyalitas konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang baik antara toko dan konsumen dapat meningkatkan kepercayaan, menciptakan kedekatan emosional, serta mendorong konsumen untuk tetap setia dan merekomendasikan Toko Surya Jaya Plastik (SJP) kepada orang lain.

3. Harga dan *Customer Relationship Marketing* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara penetapan harga yang sesuai dan hubungan pelanggan yang baik mampu menciptakan loyalitas konsumen yang lebih tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kombinasi harga yang sesuai dan hubungan pelanggan yang baik akan memberikan dampak yang lebih kuat dalam meningkatkan loyalitas konsumen dibandingkan jika hanya salah satu faktor saja yang diperhatikan.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh Toko Surya Jaya Plastik (SJP), yaitu:

1. Toko perlu mempertahankan kebijakan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk agar konsumen tetap merasa memperoleh nilai yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.
2. Toko perlu meningkatkan kualitas hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang baik, pelayanan yang ramah, serta respons yang cepat terhadap kebutuhan dan keluhan konsumen.
3. Pengelola toko dapat melakukan pendekatan yang lebih personal kepada pelanggan tetap untuk meningkatkan kedekatan dan membangun hubungan jangka panjang.
4. Strategi harga dan *customer relationship marketing* perlu diterapkan secara bersamaan karena kedua variabel tersebut terbukti mampu meningkatkan loyalitas konsumen secara signifikan.
5. Pemanfaatan media komunikasi seperti WhatsApp dapat digunakan untuk memberikan informasi produk, promo, maupun menjaga hubungan dengan pelanggan secara berkelanjutan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diharapkan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Toko Surya Jaya Plastik (SJP)

Disarankan bagi Toko Surya Jaya Plastik (SJP) untuk terus mempertahankan dan meningkatkan strategi harga yang kompetitif serta memperkuat penerapan *customer relationship marketing* melalui pelayanan yang ramah, komunikasi yang baik, dan penanganan keluhan yang efektif guna meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang relevan, memperluas objek penelitian pada sektor usaha yang berbeda, serta menggunakan metode analisis yang lebih kompleks agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan secara luas.

3. Bagi Konsumen

Bagi konsumen, diharapkan dapat memberikan umpan balik atau masukan kepada pihak toko terkait harga dan pelayanan yang diberikan, sehingga dapat membantu peningkatan kualitas layanan dan kepuasan konsumen di masa yang akan datang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil dan interpretasi penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel harga dan *customer relationship marketing* sebagai faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen, sehingga belum memasukkan variabel lain yang juga

berpotensi berpengaruh, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

2. Ruang lingkup penelitian terbatas pada konsumen Toko Surya Jaya Plastik (SJP) di wilayah tertentu, sehingga hasil penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasikan pada UMKM lain atau pada sektor bisnis yang berbeda.
3. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang bergantung pada persepsi dan kejujuran responden, sehingga terdapat kemungkinan terjadinya bias dalam pengisian jawaban.
4. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menggali secara mendalam alasan atau motivasi konsumen dalam membentuk loyalitas.
5. Penelitian dilakukan dalam periode waktu tertentu sehingga belum dapat menangkap dinamika perubahan perilaku konsumen secara berkelanjutan.

