

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yaitu analisis data dan bahasan yang telah peneliti uraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis pengaruh strategi marketing public relations bahwa sebagian besar responden sebanyak 48,5% responden menyatakan bahwa marketing public relations Telkomsel dalam kategori baik atau berpengaruh, tetapi masih ada sebagian yang menyatakan kurang baik. Berdasarkan persentase pernyataan yang paling banyak mendapat nilai kurang baik ialah service quality, kurang menangani keluhan pelanggan, kurang ramah dan cepat tanggap.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara marketing Public Relations Produk T-Cash terhadap Loyalitas Pelanggan. Karena dari hasil penelitian penghitungan Korelasi Pearson Product Moment di dapat nilai ($r =$ korelasi sebesar 0,721).
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *push startegy* dan *service quality* mendapatkan skor terendah, hal tersebut terjadi karena pelayanan yang tidak ramah dan kurangnya penawaran langsung dalam mempromosikan produk t-cash.

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap pengaruh strategy MPR produk T-Cash terhadap loyalitas pelanggan dan melihat hasil penelitian maka dapat diberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat, yaitu:

1. Karena terdapat pengaruh antara Strategy MPR terhadap loyalita pelanggan, maka kedepannya Strategy MPR dipertahankan dan lebih dilakukan semaksimal mungkin supaya pelanggan merasa lebih nyaman dan puas ketika memakai produk Tekomsel dan berada di Grapari, sehingga nantinya akan terciptanya loyalitas pelanggan Telkomsel.

2. Karena masih ada pelanggan yang berpendapat bahwa pelayanan karyawan kurang memuaskan maka ada baiknya pihak perusahaan menambah training karyawan tersebut dan selalu mengontrol supaya kinerja dari karyawan tersebut selalu baik di mata pelanggan, lebih responsif, cepat tanggap dapat berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan agar nantinya membuat reputasi Telkomsel menjadi semakin baik dan pelanggan merasa puas dengan pelayanan tersebut.
3. Karena banyaknya pelanggan yang mengunjungi Grapari Telkomsel, penulis menyarankan karyawan agar lebih responsif dan cepat tanggap dalam merespon atau melayani pelanggan dan melakukan penawaran langsung dalam mendorong pelanggan agar menggunakan produk *t-cash*. Walaupun secara keseluruhan baik tetapi masih ada yang berpendapat kurang puas dengan pelayanan diberikan karyawan dan perlu diperhatikan pada pelayanan karyawan karena kurang ramah dan peduli terhadap pelanggan.

