

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian *Costumer Relationship Management* (CRM), Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi Loyalitas Mitra PT. Artha Utama Gemilang Food (PT. AUGF), dapat disimpulkan beberapa hal yang dapat menjawab permasalahan yang ada yaitu :

1. *Costumer Relationship Management* (CRM) dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas mitra. Hal ini ditunjukkan dari hasil t hitung (3,102) lebih besar dari t tabel sebesar (1,662) dengan nilai signifikansi (0,003) lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05).
2. Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas mitra. Hal ini ditunjukkan dari hasil t hitung sebesar (5,390) lebih besar dari t tabel sebesar (1,662) dengan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka dapat diberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut :

- a. Bagi PT. Artha Utama Gemilang Food (PT. AUGF)
 1. Perusahaan diharuskan untuk memberikan fasilitas serta pelatihan untuk karyawan agar mereka memiliki kemampuan yang terampil serta sikap yang baik dalam memberikan pelayanannya kepada mitra.
 2. Perusahaan diharap mampu memastikan dan selalu memonitor bahwa tidak adanya mitra lain dalam radius 1 km.

3. Perusahaan diharapkan dapat meyakinkan mitra akan produk yang mereka jual, agar mitra tetap loyal kepada perusahaan sehingga mitra akan melakukan pembelian ulang kepada perusahaan
 4. Keunggulan dalam promosi serta informasi atas produk baru harus terus dikembangkan untuk meraih kepercayaan serta kepuasan dari mitra yang telah bekerja sama, sehingga diharapkan agar mitra memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan.
 5. Mitra harus semakin dilibatkan untuk memberikan masukan dan saran bagi perusahaan dalam setiap pengambilan keputusan strategi pemasaran, karena *Costumer Relationship Management* bertitik pusat pada mitra.
 6. Perusahaan dapat memberikan suatu program loyalitas (*reward*) kepada mitra yang selama ini telah memberikan banyak kontribusi bagi perusahaan dalam hal penjualan maupun membantu merekomendasikan kepada pihak lain, sehingga mitra diharapkan dapat semakin loyal lagi di masa mendatang.
- b. Bagi penelitian selanjutnya
1. Disarankan bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan variasi variabel lain diluar variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini.
 2. Untuk dapat lebih menggambarkan keseluruhan mitra maka pada penelitian selanjutnya disarankan mengubah sampel menjadi lebih terperinci.
 3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk lama hubungan dengan perusahaan sehingga dapat diperhitungkan sebagai variabel control yang mempengaruhi tingkat loyalitas mitra.