

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Dari analisis dan pembahasan yang digunakan sesuai pada hipotesis pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel *Customer Relationship Management* ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y)
2. Secara parsial variabel kepuasan konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y)

#### **B. Saran**

1. Bagi perusahaan

Perusahaan hendaknya dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menciptakan kebijakan-kebijakan yang berimbang khususnya dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan melalui program-program yang mengedepankan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

2. Bagi penulis

Hendaknya penulis menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan pengalaman guna memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai masalah-masalah yang dihadapi perusahaan dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan penjualan, khususnya tentang upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

### 3. Bagi Peneliti Pelanjutnya

Penelitian ini dapat berguna menambah ilmu pengetahuan para pembaca pada umumnya dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya.