

## **BAB I**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Customer Relationship Marketing terhadap Customer Trust berpengaruh signifikan. Karena apabila Customer Relationship Marketing dijalankan dengan baik, maka akan menciptakan kepercayaan dari pelanggan untuk GraPARI Telkomsel Mojokerto.
2. Customer Relationship Marketing terhadap Customer Loyalty berpengaruh signifikan. Karena dengan adanya strategi Relationship Marketing yang baik yang dijalankan oleh GraPARI Telkomsel Mojokerto, maka dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggan sehingga GraPARI mampu bersaing dengan perusahaan yang lain dan pelanggan tidak akan pindah ke perusahaan yang lain.
3. Variabel customer Trust berperan dalam pengaruh Customer Relationship Marketing, karena apabila Customer Relationship Marketing diterapkan dengan baik dan mampu menciptakan rasa percaya pada diri pelanggan terhadap GraPARI Telkomsel Mojokerto, maka pelanggan akan merasa puas dan akan menjadi pelanggan yang loyal bagi GraPARI Telkomsel Mojokerto.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat diajukan sebagai pertimbangan adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi GraPARI Telkomsel Mojokerto**

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel Customer Relationship Marketing berpengaruh terhadap kepercayaan (Trust) serta loyalitas pelanggan. GraPARI Telkomsel Mojokerto harus tetap mempertahankan serta lebih meningkatkan lagi hubungan baik kepada pelanggan. Pada penelitian ini indikator dari Customer Relationship Marketing adalah kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan empati. Maka dari itu kepercayaan yang dimiliki pelanggan, hubungan komunikasi yang baik, dan sikap empati yang diterapkan, serta komitmen yang telah dijanjikan, untuk tetap dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi dari GraPARI Telkomsel Mojokerto.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini dapat dijadikan bukti studi kasus dan acuan atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik dalam proses perkuliahan. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat mengambil responden dari pelanggan GraPARI Telkomsel Mojokerto lainnya dengan jumlah populasi yang lebih beragam serta indikator yang lebih inovatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Firdaus Agnes Kanyan, (2015) , *Managing Relationship Marketing in the Food Service Industry*. Marketing Intelligence & Planning. Vol. 32 Iss 3 pp.293-310.
- Adam, Muhammad. (2015) . *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, S. (2013) . *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Clarisha Octavia Widjaja. (2016) . *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Fuboru Indonesia Di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 10, No. 2, Oktober 2016.
- Deranis Karim, Jantje L. Sepang, dan Djurwati Soepeno. (2020) . *The Influence Of Relationship Marketing And Café Atmosphere On Customer Loyalty In The Megamas Area Of Billy's Coffee House* Jurnal EMBA. Vol.8 No.1 Januari 2020, Hal. 136 – 145.
- Ghozali, Imam. (2018) . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanim Faizal, dan Siti Nurjanah. (2019) . *Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT. Vol. 4, No. 2.
- I Gede Minggu Suarmita, Tjok Gde Raka Sukawati. (2019) . *Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Hijau Merek Herbalife*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 8, No. 3, 2019: 1285 – 1314. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p5>.
- Ilham Tugiso, Andi Tri Haryono, dan Maria M. Minarsih. (2016) . *Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Onlineshop “Numira” Semarangz*. Journal Of Management, Volume 2 No.2.
- Ilham, Akbar. (2018) . *Pengaruh Relationship Marketing Dan Relationship Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Parfum Mulegh Di Purwokerto*. Indonesian Journal Of Strategic Management. Vol 1, Issue1. <http://journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm>.
- Iqbal, Wibisono. (2018) . *Pengaruh Relationship Marketing Dan Relationship Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Temanggung)*. Skripsi. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Ismawati Doembana, Abdul Rahmat, dan Muhammad Farhan. (2017) . *Buku Ajar Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Jennifer Katherine Tandjung. (2019) . *Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas Website, Perceived Benefit, E-Wom, Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. (Studi Pada Konsumen Lazada Di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

- Konuk, F. A. (2018) . *The Role Of Storage Image, Perceived Quality, Trust And Perceived Value In Predicting Consumers Purchase Intentions Toward Organic Private Label Food*. Journal Of Retailing And Consumers Service, 43, 304 – 310.
- Manap, H. Abdul. (2016) . *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Maria Regina Picaulli. (2018) . *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia*. Jurnal Manajemen Maranatha. Volume 18, Nomor 1. <http://journal.maranatha.edu/jmm>.
- Muhammad Tahwin, Septarani Prasiwi. (2016) . *Pengaruh Perlakuan Istimewa, Persepsi Investasi Hubungan Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kualitas Hubungan (Studi Kasus Pt. Bpd Diy Cabang Wates)*. Journal Buletin Bisnis Dan Manajemen. Volume 02, No. 02. No ISSN: 2442-885X.
- Nasruhlak akkas, (2016) . *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Membeli Mobil Pada PT. HADJI KALLA CABANG PALU*. e-jurnal katalogis. Volume 2.
- Nia Rohmatin Nikmah. (2017) . *Hubungan Relationship Marketing, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty*. Jurnal Kompetensi, Vol 11, No 2. Oktober 2017.
- Onny Fitriana Sitorus, dan Novelia Utami. (2017) . *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah.
- Raden Ajeng Nadhira Ilyna Kinanthi. dan Achmad Fauzi DH. (2020) . *Pengaruh Expeiental Marketing, Citra Merek, Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas (studi pada pelanggan rumah makan sederhana Jatiwaringin, Jakarta Timur)*.Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 78 No. 1. [Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Roberto. (2019) . *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Grand Hawaii Hotel Pekanbaru*. JOM FISIP Vol. 6: Edisi I Januari – Juni 2019.
- Sekaran, Uma. (2006) . *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 2 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sindy Asrika Putri. (2019) . *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Islami Aceh House*. Tesis. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2016) . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2019) . *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, S. (2015). *The Influence of Customers' Trust on Customer Loyalty*. International Journal of Economics, Commerce, and Management, III(7), 638–653. [https://doi.org/2348\\_0386](https://doi.org/2348_0386).

- Wahyuni, Rika. dan Hadi Irfani. (2017). Pengaruh Relationship Marketing, Kepuasan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Sederhana Masakan Padang. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi, Vol. 6, No. 2, hal 331 – 337.
- Yogi Saputra. (2017) . *Pengaruh Dimensi Relationship Marketing Terhadap Customer Retention Pada Tiwana Musik Studio Di Bandar Lampung*. Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Yulisetiari, Diah, Rizal Syahrial Riadi, dan Gusti Ayu Wulandari. (2017) . *Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Value Pada Bank Jatim Di Jember*. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 4.2 : 178-181.
- Rifki Armadinata. dan Kancitra Pharmawati.(2019). *Valuasi Nilai Ekonomi Wisata Pantai Sawarna Dengan Menggunakan Travel Cost Method*. *Journal of Community Based Environmental Engineering and Management*, Vol. 3, No. 2: 49-56