

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Marketing Communication terhadap Customer Loyalty pada PT. Andalan Pacific Samudra. Dengan bukti bahwa nilai t-hitung sebesar 2,467 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 2,045 serta nilai Sig.  $0,020 < 0,050$ . Dengan adanya Marketing Communication yang dilakukan oleh perusahaan, maka terbukti meningkatkan Customer Loyalty pada PT. Andalan Pacific Samudra ;
2. Penelitian ini membuktikan tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty pada PT. Andalan Pacific Samudra. Terbukti dengan nilai t-hitung sebesar 0,956 lebih kecil dari nilai t-tabel sebesar 2,045 serta nilai Sig.  $0,347 > 0,05$ . Dengan adanya Experiential Marketing yang dilakukan oleh perusahaan, maka tidak terbukti meningkatkan Customer Loyalty pada PT. Andalan Pacific Samudra ;
3. Penelitian ini membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Customer Trust terhadap Customer Loyalty pada PT. Andalan Pacific Samudra. Terbukti dengan nilai t-hitung sebesar 2,379 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 2,045 serta nilai Sig.  $0,024 < 0,050$ . Dengan adanya Customer Trust yang dilakukan oleh perusahaan, maka terbukti meningkatkan Customer Loyalty pada PT. Andalan Pacific Samudra.

## 5.2 Saran

Pada penelitian ini, peneliti juga memberikan saran kepada pihak -pihak yang berkepentingan, seperti perusahaan, peneliti selanjutnya, serta akademisi sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan

PT. Andalan Pacific Samudra merupakan perusahaan yang sudah lama bergerak pada bidang ekspedisi serta internasional freight forwarding. Beberapa customer pada PT. Andalan Pacific Samudra sudah memberikan loyalitasnya dengan menggunakan jasa PT. Andalan Pacific Samudra selama lebih dari 10 tahun. Tugas dari PT. Andalan Pacific Samudra dengan mempertahankan strategi marketing seperti Marketing Communication dan Customer Trust, tetapi hendaknya PT. Andalan Pacific Samudra juga meningkatkan strategi marketing dengan Experiential Marketing. Dengan meningkatkan strategi Experiential Marketing, seperti memperhatikan kualitas jasa, memberikan kinerja yang rapi dan lebih tertata, memberikan kenyamanan kepada customer serta memberikan pemikiran yang sistematis dan kreatif. Tidak hanya itu saja, dengan memahami kebutuhan customer secara spesifik dan memberikan perasaan istimewa kepada customer, membuat customer merasa beda dan nyaman. Adanya strategi Experiential Marketing, customer akan merasakan pengalaman yang berbeda dari perusahaan lainnya. Hal tersebut yang menyebabkan customer merasa istimewa dalam menggunakan jasa PT. Andalan Pacific Samudra, serta customer akan memberikan loyalitasnya kepada PT. Andalan Pacific Samudra ;

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti pengaruh dari meningkatnya loyalitas pelanggan, diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel penelitian lain seperti Customer Value, Customer Expectation, dan Corporate Image. Selain itu juga, penelitian ini gunakan sebagai referensi, dasar, pedoman atau pendukung dalam melakukan penelitian selanjutnya