

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Hubungan *Customer Relation Group Manager* Produk Tupperware dengan Loyalitas Pelanggan, maka peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hubungan ikatan *Group Manager* produk Tupperware cabang Cianjur dengan Loyalitas pelanggan di kalangan Ibu Rumah Tangga Kelurahan Bojong Herang RW 02 Kecamatan Cianjur-Jawa Barat, sudah cukup berarti yaitu dengan mendapatkan nilai korelasi 0.555. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan, dapat diperoleh penolakan terhadap  $H_0$  dan terima  $H_1$  yang berarti terdapat hubungan antara Ikatan *Group Manager* produk Tupperware dengan loyalitas pelanggan.
2. Hubungan Kepercayaan *Group Manager* produk Tupperware cabang Cianjur dengan Loyalitas Pelanggan di kalangan Ibu Rumah Tangga Kelurahan Bojong Herang RW 02 Kecamatan Cianjur-Jawa Barat, yaitu rendah tetapi pasti dengan mendapatkan nilai 0.382. Berdasarkan pengujian hipotesis, dapat diperoleh kesimpulan, bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti terdapat hubungan antara kepercayaan *Group Manager* produk Tupperware dengan loyalitas pelanggan.

3. Hubungan Empati *Group Manager* produk Tupperware cabang Cianjur dengan Loyalitas pelanggan di kalangan Ibu Rumah Tangga Kelurahan Bojong Herang RW 02 Kecamatan Cianjur-Jawa Barat, yaitu cukup berarti dengan mempunyai nilai korelasi sebesar 0.419 . Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diperoleh kesimpulan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti, terdapat hubungan antara empati *Group Manager* produk Tupperware dengan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan, informasi dan pelayanan Tupperware sudah baik dimata konsumen nya..
4. Hubungan Resiprokal *Group Manager* produk Tupperware cabang Cianjur dengan Loyalitas Pelanggan di kalangan Ibu Rumah Tangga Kelurahan Bojong Herang RW 02 Kecamatan Cianjur-Jawa Barat, yaitu cukup berarti dengan memperoleh nilai sebesar 0.504. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti terdapat hubungan antara Resiprokal *Group Manager* produk Tupperware dengan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan Tupperware mempunyai daya tarik sendiri dibandingkan produk lain yang sejenis..

## 5.2 Saran atau Rekomendasi

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan keterbatasan-keterbatasan yang ada, sebagai berikut :

1. **Rekomendasi Teoritis** : Bagi peneliti selanjutnya, yang tertarik dengan permasalahan serupa, disarankan agar penelitian dilakukan pada objek lain yang lebih luas, tidak hanya pada satu wilayah.
2. **Rekomendasi Praktis** :
  - A. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk Tupperware, pihak Tupperware harus membuat inovasi baru dalam kegiatan promosinya, misalnya melakukan publikasi melalui social media/website resmi mengenai informasi yang jelas tentang produk, jadwal *party*, maupun lokasi toko. Hal ini bertujuan, agar konsumen dapat berhubungan secara langsung melalui media social jika ada yang ingin ditanyakan mengenai produk dan lain sebagainya, sehingga tidak perlu tatap muka
  - B. Untuk mempertahankan konsumen, kita harus bisa membuat konsumen itu nyaman dan puas akan pelayanan. Maka dari itu, sebaiknya penempatan kantor utama *Group Manager* “Rahayu” yang berada di Rancabali No 1, dibenahi kembali. Karena ada beberapa konsumen yang datang tidak sebagai member untuk melihat-lihat produk. Hal ini dilakukan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen.