BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dengan berdasarkan kepada uraian teori-teori dan pengujian analisis korelasi dan analisis jalur mengenai analisis kinerja *continuity marketing* melalui program *membership card* PR *readers club* terhadap loyalitas pelanggan surat kabar Pikiran Rakyat dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran kinerja *continuity marketing* yang dilaksanakan oleh Pikiran Rakyat, termasuk pada kategori tinggi. Hal tersebut merupakan penilaian dari responden yang merasakan kinerja *continuity marketing* yang terdiri dari kartu anggota, diskon, voucher, dan fasilitas khusus. Kinerja diskon memiliki nilai tertinggi, sedangkan kinerja fasilitas khusus memiliki nilai terendah
2. Gambaran dari loyalitas pelanggan yang diukur dari dimensi *repeat purchase*, *purchase accros product line*, *referse other*, dan *immunity*. Berdasarkan penilaian responden, dimensi yang paling dominan adalah *repeat purchase* dimana responden melakukan pembelian berulang. Sedangkan untuk dimensi yang memiliki nilai terendah adalah *purchase accros product line* dimana responden belum mempunyai minat untuk menggunakan produk lain selain surat kabar pada Pikiran Rakyat secara terus menerus.
3. Kinerja *continuity marketing* secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan surat kabar Pikiran Rakyat dengan

perolehan nilai koefisien determinasi sebesar 26,7% yang termasuk dalam kategori rendah. Sedangkan sisanya sebesar 73,27% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai kinerja *continuity marketing* terhadap loyalitas pelanggan surat kabar Pikiran Rakyat sebagai berikut :

1. Penerapan *continuity marketing* yang dilakukan oleh surat kabar Pikiran Rakyat memiliki pengaruh yang signifikan, namun termasuk pada kategori lemah atau rendah. Hal ini menunjukkan perlu ada perbaikan oleh perusahaan terhadap pelaksanaan program *membership card* PR *readers club* ini, terutama dalam pemberian fasilitas khusus berupa asuransi kecelakaan gratis pada pelanggan yang menjadi anggota. Program fasilitas khusus ini sudah cukup baik dan menarik minat pelanggan untuk menjadi anggota, namun pelaksanaannya masih harus lebih ditingkatkan lagi. Salah satunya pada kemudahan dalam menggunakan fasilitas khusus tersebut yang rata-rata dirasakan belum cukup oleh para pelanggan.
2. Dalam hal mempertahankan loyalitas pelanggan, Pikiran Rakyat perlu menerapkan strategi baru agar tidak kehilangan lebih banyak pelanggan. Persaingan industri media cetak, khususnya surat kabar saat ini semakin ketat. Banyak perusahaan sejenis yang menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk menarik konsumen. Selain itu persaingan industri media diramaikan pula oleh kehadiran media online yang memberikan informasi

lebih cepat dari media cetak. Oleh karena itu, Pikiran Rakyat perlu membuat suatu inovasi baru, baik dari segi produk, harga maupun membinaan hubungan dengan pelanggan. Hal ini perlu dilakukan karena loyalitas pelanggan merupakan aset paling berharga bagi setiap perusahaan.

3. Hasil penelitian menunjukkan kinerja *continuity marketing* yang dilakukan oleh Pikiran Rakyat berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi koefisien determinasi menunjukkan pengaruh *continuity marketing* terhadap loyalitas pelanggan tergolong rendah. Oleh karena itu dalam pelaksanaan program *continuity marketing* ini hendaknya dilakukan perbaikan pada beberapa hal agar dapat berjalan lebih baik. Selain itu, program ini sebaiknya dilaksanakan dengan cara yang baru dan menawarkan *benefit* yang lebih menarik agar semakin banyak pelanggan yang berminat menjadi *member* PR *readers club.*