

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Jasa yang di tawarkan oleh PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo yaitu jasa pengiriman barang berupa pupuk dan keramik. Perusahaan ini selalau memperhatikan ketepana waktu, keamanan, dan kesesuaian kapasitas truk.
2. PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan pemberian informasi mengenai masalah di jalan dan perusahaan telh menggunakan sistem GPS sehingga pelanggan dengan mudah mengetahui status pengiriman barang.
3. Empati yang dilakukan oleh PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo yaitu diantaranya, menanggapi komplain dengan baik dan menyelesaikan atau mencari solusi permasalahan tersebut.
4. PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo mempunyai hubungan timbal balik dengan pelanggan yaitu pengiriman tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian dan pelanggan pun merekomendasikan jasa angkutan perusahaan ini ke perusahaan lain.
5. Kepercayaan yang di terapkan oleh PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo yaitu diantaranya, ketepatan waktu dalam pengiriman, keamanan barang, dan pemberitahuan informasi kepada pelanggan mengenai status pengiriman dan kendala yang ada di jalan.

B. SARAN

Untuk mengoptimalkan penerapan *relationship marketing* pada PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo Surabaya agar lebih baik lagi, maka peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Akademis

- a. Hasil penelitian ini dapat di jadikan bahan evaluasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis atau melakukan penelitian lebih lanjut khususnya dalam bidang pemasaran mengenai *relationship marketing* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
- b. Penelitian ini masih terbatas mengenai 4 dimensi *relationship marketing* (hubungan baik, empati, timbal balik, dan kepercayaan) dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Maka Peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain untuk dapat menganalisis lebih dalam mengenai *relationship marketing* sehingga penelitian yang di hasilkan lebih baik dan bermanfaat di kemudian hari.
- c. Jika pada penelitian sebelumnya subjek penelitian mengenai *relationship marketing* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan kebanyakan dilakukan pada jasa keuangan (Bank) dan saat ini peneliti melakukan penelitian pada jasa angkutan barang maka untuk penelitian selanjutnya sebaiknya di lakukan pada jenis jasa yang lain sehingga data yang di peroleh lebih bervariasi.
- d. Jika ada penelitian dengan tema dan subjek penelitian yang sama, agar pada saat wawancara tidak hanya wakil direktur dan bagian

operasional saja yang di wawancara, akan tetapi sopir armada juga diwawancarai agar triangulasi datanya lebih bervariasi. Karena dalam penelitian ini hanya wakil direktur dan bagian operasional saja yang diwawancarai.

2. Perusahaan

- a. Guna memperkenalkan perusahaan lebih luas, maka lebih baik PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo tetap mempertahankan *relationship marketing* kepada pelanggan baik yang baru melakukan kerjasama maupun yang sudah lama melakukan kerjasama seperti perusahaan besar maupun kecil, sehingga akan lebih banyak lagi pelanggan yang merekomendasikan ke pelanggan lain untuk bekerjasama atau menggunakan jasa PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo Surabaya.
- b. Semakin banyaknya perusahaan sejenis maka sebaiknya PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo untuk meningkatkan dan menambah lagi strategi *relationship marketing* yang tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan tapi bisa menambah lagi jumlah pelanggan.

3. Pengambil Kebijakan

Pemerintah sebaiknya dalam membangun infrastruktur jalan dan mengatur keamanan lalu lintas untuk lebih baik lagi dan melakukan pengecekan atau melakukan pengamanan lebih. Hal ini diperlukan untuk menjamin keamanan dan keselamatan pengguna infrastruktur terutama kendaraan besar seperti truk yang biasanya mengangkut barang dengan muatan yang besar sehingga pendistribusian barang dapat dilakukan dengan cepat dan aman demi kelancaran perekonomian negara.