

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Digital Marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada CV. Sinar Bintang Abadi Kota Ruteng.
2. Hasil uji regresi secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Customer Relationship Marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen CV. Sinar Bintang Abadi Kota Ruteng.

#### 5.2. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dapat diambil dari penelitian skripsi ini memuat teori pendukung serta penelitian terdahulu yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sidi (2019) menyatakan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif/ signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan eksplanatif yang teruji tentang analisis pengaruh *Digital marketing* dan *Customer relationship marketing* terhadap loyalitas konsumen pada CV. Sinar Bintang Abadi Kota Ruteng. Hasil penelitian menunjukkan *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Didik Isnadi (2015) menyatakan bahwa *Customer relationship marketing* berpengaruh positif/signifikan terhadap

loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian secara parsial *Digital marketing* dan *Customer relationship marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada CV. Sinar Bintang Abadi Kota Ruteng.

### **5.3 Implikasi Terapan**

1. *Digital marketing dan customer relationship marketing* adalah dua metode untuk memotivasi pegawai dalam bekerja sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Maka diharapkan pimpinan CV. Sinar Bintang Abadi Kota Ruteng agar dapat memperhatikan *Digital marketing dan Customer relationship marketing*, juga mengevaluasi bentuk *Digital marketing dan customer relationship marketing* seperti apa yang bisa mempengaruhi dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen CV. Sinar Bintang Abadi Kota Ruteng.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan gambaran bagi penulis selanjutnya untuk mengetahui lebih spesifik tentang analisis pengaruh *Digital marketing dan Customer relationship marketing* terhadap loyalitas konsumen, oleh karena itu penelitian ini menyarankan agar peneliti selanjutnya lebih memperdalam hasil analisisnya, baik variabel maupun indikator penelitian, sehingga dapat lebih mempertajam hasil yang sudah penulis peroleh dalam penelitian ini