

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti apakah strategi *voucher* potongan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa yang diukur melalui aplikasi Jiwa+. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

Hubungan baik antara suatu perusahaan dengan pelanggan dapat dijalankan dengan pemberian *voucher* potongan harga agar dapat mendorong pembelian pada produk, maka Janji Jiwa melakukan teknik promosi (*monetary*) yaitu dengan memberikan *voucher* potongan harga yaitu salah satu *sales promotion tools* yang sudah ada dari sejak lama kepada pelanggan. *Voucher* potongan harga haruslah memiliki nilai yang tinggi (*value*) dan dapat menarik (*attractiveness*) perhatian pelanggan sehingga *voucher* potongan harga dapat mendorong pembelian produk pada Janji Jiwa. *Voucher* potongan harga digunakan Janji Jiwa untuk mendorong pembelian serta memberikan penghargaan terhadap pelanggan lama yang terus loyal terhadap produk dari merek tersebut.

Melalui program *loyalty membership* dan *Jiwa point* Janji Jiwa menawarkan berbagai macam penawaran *voucher* potongan harga untuk mendorong pembelian produk pada pelanggan baru maupun pelanggan lama dari Janji Jiwa pada aplikasi Jiwa+. Dengan *voucher* potongan harga yang menjadi salah satu strategi yang dipilih oleh Janji Jiwa maka dapat mendatangkan loyalitas pelanggan terhadap merek dari Janji Jiwa hal tersebut dapat dinilai dari *repeat purchase* pelanggan setia Janji Jiwa akan terus melakukan pembelian ulang dari produk Janji Jiwa, *purchase across* pelanggan Janji Jiwa akan mencoba membeli produk lain yang ada pada Janji Jiwa, *refers to others* pelanggan yang merasa puas akan terus merekomendasikan merek Janji Jiwa kepada teman/kerabat mereka, dan juga *immunity to other* pelanggan setia Janji Jiwa akan terus percaya terhadap produk dari Janji Jiwa meskipun ada promosi kompetitor yang lewat atau ditawarkan kepada mereka.

Hasil dari penelitian ini ditunjukkan bahwa *voucher* potongan harga berpengaruh 0,639 terhadap *customer loyalty*. Setelah dilakukan uji koefisien determinasi maka dapat diketahui bahwa *voucher* berpengaruh positif sebesar 50,7% terhadap *customer loyalty*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian maka dapat dirumuskan saran untuk perkembangan Janji Jiwa kedepannya yaitu: Janji Jiwa harusnya lebih bisa memanfaatkan strategi yang digunakan saat ini dengan lebih maksimal yaitu dengan lebih mempromosikan aplikasi Jiwa+ kepada masyarakat. Agar pelanggan terinformasi mengenai adanya aplikasi Jiwa+ yang memberikan *voucher* dengan penawaran menarik bagi pelanggan. Perusahaan Janji Jiwa dapat mempertahankan *voucher* potongan harga sebagai salah satu strategi utama dalam pemberian promosi kepada pelanggan karena apabila dilihat dari pengaruhnya berperan positif sebesar 50,7% terhadap loyalitas pelanggan dan dengan adanya loyalitas dari pelanggan tersebut maka akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan Janji Jiwa itu sendiri.

### 5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Dengan pertimbangan dari penelitian ini maka dapat dirumuskan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya antara lain: Pusat pada penelitian ini masih cukup terbatas yaitu daerah Serpong, sehingga mungkin untuk penelitian selanjutnya bisa meluaskan daerah penelitian agar responden yang diteliti cukup beragam dari sisi behavioralnya.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat berfokus kepada aplikasi Jiwa+ yang lebih baik lagi dikarenakan pada saat penelitian ini dibangun aplikasi Jiwa+ masih belum banyak orang yang mengunduh serta menggunakan aplikasi tersebut, rata-rata pelanggan masih berbelanja melalui Grab, Shopee Food dan Gojek. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti 49,3% lagi faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti CRM, *customer satisfaction*, keputusan pembelian, minat beli, dan juga kepuasan pembelian agar dapat lebih menyempurnakan penelitian ini.