

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Price Fairness* berpengaruh positif terhadap *Customer Retention*. Pelanggan PT. Sinar Roda Utama yang merasa harga yang mereka bayar sebanding dengan manfaat yang diterima cenderung lebih puas dan lebih setia.
2. *Relationship Marketing* berpengaruh positif terhadap *Customer Retention*. Strategi *Relationship Marketing* di PT. Sinar Roda Utama mampu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan melalui komunikasi yang efektif, pelayanan responsif, dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.
3. *Customer Value* memediasi pengaruh *Price Fairness* terhadap *Customer Retention*. Persepsi pelanggan mengenai keadilan harga meningkatkan *Customer Value*, yang selanjutnya memperkuat *Customer Retention* di PT. Sinar Roda Utama.
4. *Customer Value* memediasi pengaruh *Relationship Marketing* terhadap *Customer Retention*. *Relationship Marketing* yang efektif di PT. Sinar Roda Utama meningkatkan *Customer Value* dengan

memberikan pengalaman positif yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, sehingga mendorong loyalitas pelanggan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada PT. Sinar Roda Utama untuk meningkatkan *Customer Retention* melalui penerapan *Price Fairness*, *Relationship Marketing*, dan peningkatan *Customer Value*:

1. PT. Sinar Roda Utama disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan persepsi keadilan harga di mata pelanggan. Perusahaan dapat melakukan survei pasar secara berkala untuk menyesuaikan harga dengan manfaat yang diterima pelanggan dan menjelaskan struktur harga secara transparan. Transparansi dan konsistensi dalam kebijakan harga akan meningkatkan kepercayaan pelanggan, membuat mereka merasa dihargai, serta mendorong loyalitas yang lebih tinggi terhadap perusahaan.
2. Perusahaan sebaiknya memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih intensif, layanan yang responsif, serta pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan. Selain itu, penyediaan program loyalitas atau penghargaan bagi pelanggan setia dapat menciptakan pengalaman yang lebih personal, meningkatkan kepuasan, dan memperkuat *Customer Retention*.

3. PT. Sinar Roda Utama perlu memastikan bahwa persepsi pelanggan terhadap keadilan harga tidak hanya menciptakan kepuasan, tetapi juga menambah nilai yang mereka rasakan dari produk atau layanan. Dengan memberikan kualitas produk yang konsisten, layanan yang memuaskan, serta penawaran nilai tambah, *Customer Value* dapat meningkat secara signifikan dan memediasi pengaruh *Price Fairness* terhadap loyalitas pelanggan secara lebih efektif.
4. Perusahaan dianjurkan untuk memanfaatkan strategi *Relationship Marketing* secara lebih optimal dengan fokus pada pengalaman pelanggan yang positif, mulai dari interaksi personal hingga pemenuhan kebutuhan yang melebihi ekspektasi. Pendekatan ini akan meningkatkan *Customer Value*, sehingga pelanggan merasa lebih dihargai, loyal, dan cenderung melakukan pembelian ulang, yang secara langsung memperkuat *Customer Retention*.
5. Untuk penelitian selanjutnya disarankan mengeksplorasi faktor lain yang dapat memengaruhi *Customer Retention*, seperti pengalaman pelanggan (*customer experience*), teknologi digital, atau faktor psikologis. Penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih luas dalam strategi peningkatan loyalitas pelanggan di era digital.