

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti paparkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

*Relationship Marketing* yang terdiri dari Komunikasi dan Komitmen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan *Scarlett Whittening* di Kota Tangerang Selatan. Secara keseluruhan, pengguna *Scarlett Whittening* memiliki komunikasi dan komitmen yang baik dengan produk *Scarlett Whittening*. Demikian juga produk *Scarlett Whittening*. *Customer Relationship Marketing* yang terjalin antara pengguna dan Produk *Scarlett Whittening* di Kota Tangerang Selatan sudah baik. Variabel *Customer Relationship Marketing* yang terdiri dari Komunikasi dan Komitmen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Scarlett Whittening*.

#### **5.2. SARAN**

Adapun saran yang dapat direkomendasikan berdasarkan hasil temuan penelitian yang semoga bermanfaat secara akademis maupun sosial sebagai berikut :

*Scarlett Whittening* di Kota Tangerang Selatan diharapkan dapat melakukan evaluasi setiap bulan untuk mengetahui layanan yang dibutuhkan pelanggannya. *Scarlett Whittening* di Kota Tangerang Selatan sebaiknya dapat memperbaiki kinerja yang dihasilkan serta meningkatkan kualitas ketepatan waktu karyawan dalam melayani pelanggan sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya memperluas penelitian untuk dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang pengaruh *Relationship Marketing* dan komponen- komponen yang ada terhadap Loyalitas Pelanggan.