BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan pengaruh yang terjadi antara komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Arnes *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan konsumennya. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti memperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh yang terjadi antara komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Arnes *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan konsumennya. Adapun kesimpulan lainnya yang diberikan peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Berpengaruh signifikan yang terjadi antara iklan yang dilakukan oleh Arnes *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan konsumennya.
2. Berpengaruh signifikan yang terjadi antara *personal selling* yang dilakukan oleh Arnes *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan konsumennya.
3. Berpengaruh signifikan yang terjadi antara promosi penjualan yang dilakukan oleh Arnes *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan konsumennya.
4. Berpengaruh signifikan yang terjadi antara hubungan masyarakat dan publisitas yang dilakukan oleh Arnes *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan konsumennya.
5. Berpengaruh signifikan yang terjadi antara pemasaran langsung yang dilakukan oleh Arnes *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan konsumennya.

6. Berpengaruh signifikan yang terjadi antara komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Arnes *Shuttle* Bandung terhadap kinerja untuk konsumennya.
7. Berpengaruh signifikan yang terjadi antara komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Arnes *Shuttle* Bandung terhadap harapan konsumennya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, penulis merekomendasikan beberapa hal untuk dijadikan bahan pertimbangan dan pemikiran antara lain:

5.2.1 Bagi Arnes *Shuttle* Bandung

Berikut saran yang peneliti berikan untuk Arnes *Shuttle* Bandung, diantaranya:

1. Perusahaan harus lebih menyebarluaskan iklan mengenai produk Arnes *Shuttle* Bandung yang akan dipasarkan, karena berdasarkan hasil analisis yang diperoleh bahwa kontribusi iklan yang dilakukan Arnes *Shuttle* Bandung tidak terlalu besar. Pihak Arnes *Shuttle* Bandung dapat mengiklankan produk secara konvensional maupun modern misalnya lebih membuat menarik lagi menggukana social media untuk mengiklankan produk. Hal ini akan membantu konsumen untuk lebih mengenali produk apa yang ditawarkan.
2. Perusahaan harus lebih bisa memasarkan produk yang dihasilkan, karena berdasarkan hasil analisis yang diperoleh bahwa kontribusi penjualan produk yang dilakukan Arnes *Shuttle* Bandung tidak terlalu besar. Banyak

cara yang bisa dilakukan, baik itu memasarkan produk secara *online* maupun *offline*. hal ini akan sangat membantu konsumen dalam memperoleh layanan dan fasilitas dari pihak Arnes *Shuttle* Bandung, sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen.

3. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas diruang tunggu maupun fasilitas kendaraan untuk konsumen, agar memperoleh citra perusahaan yang baik di mata konsumen. Selain itu, wawasan mengenai Arnes *Shuttle* Bandung sangat dibutuhkan oleh konsumen karena jika konsumen tidak mengetahui wawasan mengenai perusahaan, kepuasan konsumen tidak akan tercapai.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Berikut saran yang peneliti berikan untuk peneliti selanjutnya, diantaranya:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih bisa mendalami masalah yang akan dijadikan penelitian, sehingga hal tersebut akan mempermudah peneliti dalam menyiapkan referensi maupun rangkaian kegiatan yang akan dilakukan selama penelitian.
2. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan observasi secara menyeluruh sebelum dilakukan penyebaran angket kepada responden. Hal ini akan membantu peneliti agar penelitian yang dilakukan tepat sasaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi kembali pernyataan-pernyataan yang akan disampaikan pada kuesioner sehingga agar tidak terjadi bias dalam penelitian. Hal ini akan membantu peneliti

untuk mendapatkan variabel yang tepat dan memang dibutuhkan untuk penelitian.