

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Marketing public relations memiliki beberapa keinginan, kebutuhan serta kepentingan dalam konsumen yang perlu selalu dapat dibangkitkan dalam perusahaan, marketing public relations dapat dilaksanakan sebab akan menambah suatu nilai terkait produk, melalui suatu keunikan dalam marketing public relations akan menghasilkan kredibilitas dalam sebuah perusahaan yang nantinya akan bertambah. Loyalitas pelanggan yang sangat dibutuhkan ketika berlangsungnya sebuah perusahaan sebab akan dapat mendatangkan keuntungan kepada perusahaan tersebut. Apabila nantinya pelanggan loyal tersebut mengalami pembelian secara berulang pelanggan cenderung akan melakukan pembelian secara berkali - kali sehingga profit dalam sebuah perusahaan tersebut akan mengalami kenaikan.

1. Pengaruh strategi marketing public relations terhadap loyalitas pelanggan erigo official shop pada generasi Z DI Jakarta Selatan dapat dikatakan baik. Dari seluruh hasil responden tersebut reliabel yang dapat diartikan bahwa secara keseluruhan dikatakan reliabel atau disebut dengan andal.
2. Diketahui bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas memiliki arti tidak adanya korelasi terkait suatu besarnya data tersebut dengan residual sehingga data tersebut diperbesar tidak akan mengalami kesalahan atau disebut dengan residual. Jadi semakin besar pula serta layak dipakai sebagai analisis yang lebih lanjut.

3. Marketing public relations berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap public relations karena nilai H_0 ditolak serta H_a diterima. Jadi hal tersebut menunjukkan terkait dalam marketing public relations yang ada pada Erigo Official Store memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Jadi suatu peneliti menyampaikan pendapat yang cukup mengalurkan serta dapat menolong kepada pihak yang akan terlibat dalam penelitian, yakni :

- a. Terkait bahwa pada penelitian ini diinginkan dalam manajemen serta kegiatan dalam marketing public relations mampu ditingkatkan lagi agar dalam mencukupi kebutuhan fashion pelanggan dan memberikan peningkatan pelayanan yang lebih di berbagai bidang agar berhasil suatu peningkatan Loyalitas Pelanggan.
- b. Dalam memproduksi suatu fashion style antara lain mampu digunakan oleh semua kalangan baik perempuan ataupun laki – laki memiliki harga terjangkau serta mengutamakan bahan yang berkualitas. Agar fashion tersebut dapat dimiliki oleh semua kalangan mulai dari kalangan bawah, menengah serta atas.