

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “**Analisis Orientasi Pelanggan Dan Pemanfaatan *Digital Marketing* Dalam Upaya Penguatan Loyalitas Anggota**”. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi pelanggan memiliki pengaruh untuk memperkuat loyalitas anggota, dalam penerapan orientasi pelanggan KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon riset pasar terhadap harga, penyediaan lokasi unit usaha yang strategis dan pembentukan unit usaha yang berdasar pada kebutuhan anggota untuk memperkuat loyalitas anggota.
2. *Digital marketing* memiliki pengaruh untuk memperkuat loyalitas anggota yang telah ada, dalam menerapkan *digital marketing* KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon menyediakan pemesanan online, dan menyediakan satu karyawan khusus yang dapat mengurus pemesanan secara online untuk memperkuat loyalitas anggota yang telah ada.

3. Orientasi pelanggan dan *digital marketing* memberikan upaya penguatan pada loyalitas anggota, karena dengan loyalitas anggota akan membuat KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon menyediakan produk serta jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh pelanggan saat ini, dan *digital marketing* ada untuk meningkatkan fungsi pemasaran tradisional yang masih diterapkan saat ini, agar dapat lebih mudah diterima oleh anggota, sehingga menciptakan upaya penguatan loyalitas anggota.
4. Upaya yang dapat dilakukan oleh KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon untuk memperkuat loyalitas anggota perlu adanya penerapan orientasi pelanggan yang bisa mengevaluasi produk atau jasa yang dibutuhkan anggota, dan perlu adanya penyediaan media pelayanan yang dapat memudahkan anggota mengetahui informasi terkait produk atau jasa yang dimiliki, sehingga dapat tertarik melakukan partisipasi di unit usaha koperasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan maka ada beberapa hal yang perlu untuk ditingkatkan lagi dari hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon. Sebagai berikut:

5.2.1 Aspek Teoritis

Disarankan bagi peneliti lain agar dapat melakukan penelitian ini lebih mendalam dengan melihat hubungan terkait orientasi pelanggan, pemanfaatan *digital marketing*, dan loyalitas anggota yang lebih baik, dan memperluas informasi serta data untuk melakukan penelitian ini di perusahaan yang lebih besar.

5.2.2 Aspek Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah disimpulkan, maka peneliti berupaya memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan analisis orientasi pelanggan dan pemanfaatan *digital marketing* dalam upaya penguatan loyalitas anggota. Adapun saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut:

1. KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon harus selalu memperhatikan orientasi pelanggan sebagai dasar untuk memperkuat loyalitas anggota, dengan menyediakan unit usaha yang berkomitmen memuaskan pelanggan, menciptakan nilai bagi pelanggan, dan memberikan kemudahan pemahaman terhadap produk serta layanan yang disediakan.
2. KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon harus memperkuat penggunaan *digital marketing* jika ingin memperkuat loyalitas yang telah ada, dengan cara menyediakan media pemasaran yang menarik, penyediaan layanan digital yang cepat, dan kemudahan layanan transaksi digital.

3. KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon harus memperhatikan orientasi pelanggan dan pemanfaatan *digital marketing* sebagai gerakan untuk memperkuat loyalitas yang telah dibangun oleh koperasi, sehingga membuat anggota terus tertarik memanfaatkan unit usaha yang ada di koperasi.
4. KPRI “SEJAHTERA” Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon dalam upaya untuk menguatkan loyalitas anggota perlu terfokus pada banyak indikator dalam menerapkan orientasi pelanggan, sehingga penyediaan unit usaha dapat diminati serta memuaskan keinginan atau kebutuhan anggota. Kemudian, koperasi perlu menyediakan satu karyawan khusus yang dapat ditugaskan untuk mengurus pengembangan *digital marketing* yang ingin diterapkan oleh koperasi, karena masih banyak hal yang perlu diperbaiki dalam pemanfaatan *digital marketing*, dan masih belum dapat berjalan dengan optimal, dari penyediaan informasi produk, pemanfaatan layanan, dan sistem kerja pemasaran yang masih sangat sederhana.