

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Kesimpulan yang peneliti dapatkan dari hasil analisis, penelitian dan pembahasan ialah antara lain:

1. *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas supplier. Semakin tinggi atau baik pengimplementasian *Customer Relationship Management* (CRM) oleh perusahaan kepada supplier maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas supplier kepada perusahaan.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas supplier. Semakin tinggi atau baik ketersediaan kualitas layanan yang diimplementasikan oleh perusahaan kepada supplier maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas supplier kepada perusahaan.
3. Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas supplier. Semakin tinggi atau baik tingkat kepercayaan supplier kepada perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas supplier kepada perusahaan.
4. *Customer Relationship Management* (CRM), kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas supplier.

B. SARAN

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menemukan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM), kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki kemampuan yang signifikan dalam mempengaruhi peningkatan loyalitas supplier sehingga penting bagi perusahaan untuk terus berupaya mempertahankan dan meningkatkan *Customer Relationship Management* (CRM) dengan membangun hubungan dan komunikasi yang baik kepada supplier, kualitas pelayanan melalui kemampuan perusahaan untuk terus responsive kepada supplier, dapat diandalkan oleh supplier dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di supplier, serta penyediaan fasilitas yang memadai bagi supplier dan perusahaan wajib untuk terus mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepercayaan supplier kepada perusahaan

2. Bagi Penelitian mendatang

- a. Diharapkan adanya pengembangan penelitian mendatang yang meneliti tentang loyalitas supplier sebab masih minimnya penelitian penelitian yang mengkaji tentang tema penelitian tersebut.
- b. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat 19,4% potensi variabel lain yang mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan namun tidak dipergunakan dalam penelitian ini sehingga hal tersebut dapat menjadi potensi pengembangan riset di penelitian mendatang yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti peneliti berikutnya.