

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Simpulan dan saran ini merupakan hasil penelitian mengenai “Pengaruh *Trust* dan *Communication* Terhadap *Customer Retention* pada Adikuasa *Photography* di Taman Cari Purbolinggo Lampung Timur” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention*. Hal ini menunjukkan bahwa jika kepercayaan (*trust*) meningkat, maka *customer retention* juga akan meningkat.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention*. Hal ini menunjukkan bahwa jika *communication* meningkat, maka *customer retention* juga akan meningkat.
3. Kepercayaan (*trust*) dan *Communication* secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention*. Artinya jika kepercayaan dan komunikasi dengan konsumen secara bersama-sama ditingkatkan maka *customer retention* juga akan semakin meningkat demikian juga sebaliknya jika kepercayaan dan komunikasi menurun maka *customer retention* juga akan menurun.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan maka saran yang diberikan:

1. Dari segi Kepercayaan (*Trust*) konsumen hendaknya lebih ditingkatkan lagi dengan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, dimana nantinya diharapkan konsumen dapat menjadi lebih loyal terhadap perusahaan.
2. Dari segi *communication* harus lebih ditingkatkan intensitas komunikasi dengan pelanggan serta memberikan pelatihan pada karyawan mengenai ketrampilan berkomunikasi yang nantinya akan mempengaruhi kinerja karyawan di Adikuasa *Photography* di Taman Cari Purbolinggo. Apabila komunikasi dengan konsumen baik maka akan meningkatkan loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen.
3. *Trust* dan *Communication* memiliki definisi dan ciri ciri yang sudah disebutkan diatas, maka untuk dapat meningkatkan *Customer Retention* dalam

menangani konsumen kita dan hendaknya tahu betul apa itu pengertian ciri manfaat serta memahami apa itu kepercayaan seseorang sehingga dalam proses pengorganisasian tidak terjadi kesalahan dalam menangani masalah konsumen.