

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variabel *direct marketing*, media sosial dan publisitasterhadap*customer trust* pada BBS Rent Car Kota Metro maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Direct Marketing* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *customer trust*. Dalam penelitian ini. Apabila BBS Rent Car Kota Metro melakukan *direct marketing* dengan baik, maka tingkat kepercayaan atau *customer trust* tidak akan meningkat.
2. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap*customer trust*. Dalam penelitian ini. Apabila BBS Rent Car Kota Metro melakukan promosi lewat media sosial yang baik, maka *customer trust* akan meningkat. Jika BBS Rent Car Kota Metro melakukan peningkatan terhadap faktor tersebut maka akan meningkatkan rasa kepercayaan konsumen yang tinggi dan akan meningkat pula jumlah konsumen pada BBS Rent Car Kota Metro.
3. Publisitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer trust*. Dalam penelitian ini. Apabila BBS Rent Car Kota Metro melakukan publisitas dengan baik, maka *customer trust* akan meningkat. Jika BBS Rent Car Kota Metro melakukan peningkatan terhadap faktor tersebut maka akan meningkatkan rasa kepercayaan konsumen yang tinggi dan akan meningkat pula jumlah konsumen pada BBS Rent Car Kota Metro.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. *Direct maketing* yang diterapkan oleh BBS Rent Car Kota Metro kurang baik, sehinggaBBS Rent Car Kota Metro perlu meningkatkan *direct marketing*. Karena apabila BBS Rent Car Kota Metro melakukan *direct marketing* yang baikmaka akan meningkatkan rasa percaya konsumen dan akan menikat pula jumlah konsumen pada BBS Rent Car Kota Metro.

2. Media sosial yang digunakan oleh BBS Rent Car Kota Metro sudah baik, Maka BBS Rent Car Kota Metro perlu meningkatkan penggunaan media sosial yang bagus guna meningkatkan rasa kepercayaan konsumen. Misalnya dengan melakukan promosi lewat media sosial. Karena apabila BBS Rent Car Kota Metro melakukan promosi lewat media sosial maka akan meningkatkan rasa kepercayaan konsumen dan akan meningkat pula jumlah konsumen pada BBS Rent Car Kota Metro.

Adanya pengaruh antara *direct marketing*, media sosial dan publisitas terhadap *customer trust* maka pihak BBS Rent Car Kota Metro harus lebih memperhatikan *direct marketing* karena dengan *direct marketing*, media sosial dan publisitas yang sangat baik mampu meningkatkan laba, dan jumlah konsumen pada BBS Rent Car Kota Metro.