



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi *marketing public relations* yang digunakan oleh PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru dalam menjaga loyalitas pelanggan yaitu *Three Ways Strategy*. Ada tiga strategi yang digunakan dalam mempengaruhi keputusan konsumen yaitu *pull strategy*, *push strategy*, dan *pass strategy*. Ketiga strategi ini bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan yang telah dibentuk berpeluang dapat menjaga loyalitas pelanggan tersebut untuk membeli produk baru atau menggunakan jasa dari perusahaan.

Pull strategy adalah strategi yang direncanakan untuk menarik minat pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan melalui kegiatan promosi dan periklanan. Untuk menarik minat pelanggan PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru melakukan berbagai kegiatan promosi guna mengenalkan produk baru dari perusahaan. Selain itu PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru juga melakukan komunikasi melalui berbagai cara seperti komunikasi tatap muka (*face to face*), via telepon, media cetak, spanduk, dan penyebaran brosur.

Push strategy adalah strategi yang dilakukan untuk mendorong hasrat dan minat perhatian konsumen terhadap produk dan perusahaan. Usaha yang dilakukan pada strategi ini yaitu mengadakan promo seperti memberi potongan harga, DP yang ringan dan angsuran yang ringan serta memenuhi kepuasan pelanggan dengan menyediakan ruang tunggu yang nyaman.

pass strategy adalah strategi yang digunakan untuk mempengaruhi dan menciptakan opini publik yang positif terhadap citra perusahaan. Upaya untuk menciptakan citra yang positif di mata publik yaitu melakukan kegiatan yang bersifat loyalty terhadap pelanggan berupa *event* dan *sponsorship* yang bertujuan

untuk membangun loyalitas pelanggan terhadap PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru.

Ketiga strategi tersebut sama-sama mempunyai fungsi yang sama yaitu untuk menjaga loyalitas pelanggan, agar PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru bisa bersaing dengan perusahaan kendaraan bermotor roda dua yang lainnya dan tentunya untuk meningkatkan angka penjualan sepeda motor.

2. Loyaliatas pelanggan PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru Secara umum merasa puas akan pelayanan service, kualitas produk, dan program-program yang telah perusahaan laksanakan, baik itu dari kegiatan yang bersifat umum maupun service yang bersifat terkhusus. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan terhadap perusahaan diharapkan akan menjaga loyalitas pelanggan dan pelanggan akan terus memilih perusahaan sebagai pemenuhan dari kebutuhan para pelanggan.

3. Kendala yang dihadapi dalam melaksanakan strategi *marketing public relations* yaitu keterbatasan biaya dan anggaran yang disediakan untuk menjalankan program-program yang direncanakan. Tidak hanya dalam hal biaya saja yang menjadi kendala atau hambatan dalam menjalankan strategi *marketing public relations* yang dihadapi oleh PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru, tetapi dengan berkurangnya *unite* yang berada dimasyarakat sendiri membuat penjualan *sperepart* juga menurun dan jasa *service* pun ikut menurun. Karena pembelian *sperepart* oleh pelanggan dibarengi dengan layanan *service* oleh pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Saran

Adapun saran yang peneliti berikan berdasarkan hasil dan pembahasan yaitu:

1. Sebaiknya strategi *marketing public relations* PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru dilakukan dengan bentuk yang lebih kreatif dan inovatif sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada dan semakin banyaknya pesaing yang bergerak dalam industri kendaraan sepeda motor. Hal ini dapat meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan oleh PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru. Kemudian dalam menjaga loyalitas pelanggan sebaiknya strategi *marketing public relations* yang digunakan lebih ditingkatkan lagi perencanaan program-program kegiatannya dan dilakukan secara optimal agar konsumen lebih tertarik dan semakin berminat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru.
2. Pada strategi *marketing public relations* sebaiknya PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru melakukan sosialisasi tentang bentuk kegiatan yang dilakukan kepada seluruh pelanggan dan mengenai promosi produk terbaru dengan media yang efektif seperti media elektronik jadi tidak hanya menggunakan satu media cetak saja. Agar lebih efektif ada baiknya dalam mempublikasikan informasi menggunakan media cetak dan media elektronik. Sehingga informasi tentang produk dan perusahaan dapat menjangkau masyarakat luas.