

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Manajemen Pengetahuan (MP), Komitmen organisasi (KO), manajemen hubungan pelanggan (MHP) terhadap kepuasan pelanggan (KP) *Skincare* Emina yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka hal tersebut dapat disimpulkan berikut:

1. Manajemen Pengetahuan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Manajemen Hubungan Pelanggan. Dengan R^2 sebesar 0,718. Hal ini menunjukkan bahwa 71,8% variasi dalam MHP dapat dijelaskan oleh MP, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Semakin baik penerapan manajemen pengetahuan dalam suatu organisasi, semakin optimal pula strategi dalam mengelola hubungan dengan pelanggan, yang berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan yang diberikan.
2. Komitmen organisasi yang tinggi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kualitas layanan dan interaksi dengan pelanggan. Semakin kuat komitmen organisasi dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, semakin efektif strategi yang diterapkan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komitmen organisasi memiliki peran penting dalam membangun hubungan pelanggan yang berkelanjutan, yang berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

3. Manajemen Hubungan Pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan R^2 sebesar 0,560, yang berarti 56,0% tidak terlalu kuat, variasi dalam KP dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model, sedangkan 44,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Namun, karena pengaruhnya yang tidak terlalu kuat dalam menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak menggunakan variabel ini dan mempertimbangkan variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh lebih besar.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil yang didapat selama penelitian berlangsung terdapat keterbatasan dalam proses penyelesaiannya. Keterbatasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden sulit untuk ditemukan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu pengguna *Skincare* Emina yang telah melakukan pembelian minimal dua kali dalam satu bulan.
2. Hasil penelitian terdapat beberapa responden yang dihapus karena tidak sesuai dengan kriteria yang diinginkan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah dijabarkan maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan (Emina)

Perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik pelanggan agar lebih sering melakukan pembelian ulang serta meningkatkan keterikatan mereka terhadap merek.

2. Bagi Pelanggan

Pelanggan disarankan untuk lebih aktif dalam memberikan feedback kepada perusahaan agar kualitas produk dan layanan dapat terus ditingkatkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Penelitian mendatang dapat mempertimbangkan kriteria tambahan yang lebih sering dilakukan oleh pelanggan guna memperoleh data yang lebih *representative*.

DAFTAR RUJUKAN

- Adeiza, A., Abdullahi, MS, Fattah, FAMA, Fawehinmi, O., Ismail, NA, Arnaut, M., Aigbogun, O., Adam, IS, Ehido, A., 2022. Mekanisme mediasi kepuasan nasabah terhadap penerapan customer Relationship Management dan loyalitas nasabah antar bank konsolidasi Tidak pasti. *Manajer Rantai Pasokan*. 10 (3), 819–832. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.3.012>.
- Amalia, A. N., & Suyono, R. A. 2023. *Penyusunan Instrumen Penelitian Konsep, Teknik, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Contoh Instrumen Penelitian* (Supriyadi (ed.)). Penerbit NEM.
- Ananto, N., H. Walean, R., & Frame Lumingkewas, C. 2022. *Konsep dan Terapan Analisis SEM – PLS dengan SmartPLS3.0 Dilengkapi dengan Contoh Terapan (Panduan Penelitian untuk Dosen dan Mahasiswa)* (F. Dwi (ed.)). C. Mitra Cendekia Media.
- Beckman, T.J. 2019. The Current State of Knowledge Management.in Liebowitz, *Knowledge Management Handbook*, CRC Press, Boca Raton, FL.
- Buttle, Francis. 2021. *Customer Relationship Management* (Pengelolaan Hubungan Pelanggan); Concept and Tools. Alih Bahasa Arif Subiyanto. Malang: Bayumedia Publisng.
- Coleman, D. 2019. Groupware: Collaboration and Knowledge Sharing.in Liebowitz. *Knowledge Management Handbook*, CRC Press, Boca Raton, FL.
- Compas. 2021. Salah Satu Brand Favorit Millennial, Angka Penjualan Emina Tembus Rp4,5 Miliar. *Compas.Co.Id*. <https://compas.co.id/article/datapenjualan-emina/>
- Gloet, M., & Terziovski, M. 2019. Exploring The Relationship Between Knowledge Management Practices and Innovation Performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(5), 402–409.
- Griffin, R.W. 2019. *Management*, 7th edition. Massachusetts: Houghton Mifflin Company
- Hair Jr., J. F., Ringle, C. M., M. Hult, G. T., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. 2021. *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. In Classroom Companion: Business*.

- Hamidin, Dini. 2020. Model Customer Relationship Management (CRM) di Sarana Meraih Image Positif untuk Perpustakaan. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol.4, No.2, Desember 2018, Halaman 82-83.1
- Katadata Media Network. 2021. Proporsi Populasi Generasi Z dan Millennial Terbesar di Indonesia. *Databoks.Katadata.Co.Id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Luthans, F. 2019 *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill
- Maraj Rohman Sofi et, al., 2019. Pengaruh dimensi manajemen hubungan pelanggan (CRM) terhadap kepuasan pelanggan hotel di Kashmir. *Universitan India*.
- Marie, A. L., Ratu Bilqis, L. D., Chandra, M. M., & Enggriani, M. 2023. Pengaruh E-Platform Aesthetics, E-Platform Responsiveness, E-Platform Ease of Use, dan E-Platform Information Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Happy Fresh di Jakarta. At-Tadbir : *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.31602/atd.v7i1.8657>
- Mehmood, A., Zain, M. Y., & Abedin, Y. 2019. Apakah Knowledge Management Berpengaruh Terhadap Pelanggan Kepuasan dan Niat Berhenti? Peran Mediasi dari Pengelolaan hubungan pelanggan. *Jurnal Internasional Teknik dan Sistem Informasi (IJEAIS)*.
- Miao, M., Jalees, T., Zaman, S. I., Khan, S., Hanif, N. ul A., & Javed, M. K. 2022. The influence of e-customer satisfaction, e-trust and perceived value on consumer's repurchase intention in B2C e-commerce segment. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2184–2206. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2021-0221>
- Morrison. 2020. How Franchise Job Satisfaction and Personality Affects Performance, Organizational Commitment, Franchisor Relation and Intention to Remain, *Journal of Small Business Management* 76 MODERNISASI, Volume 11, Nomor 1, Februari 2015
- Oktariani, T. O., Wisnalmawati, W., & Darpito, S. H. 2022. The Effect of E-Service Quality, Website Design, E-Trust, and Perceived Risk on E-Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 51–62.

- Rachmadinata Satria Niko, Ayuningtias Gita H. 2020, *Pengaruh Manajemen Talenta Terhadap Kinerja Karyawan Lintasarta Kota Jakarta, Jurnal Manajemen Indonesia* Vol.17 No.3 Desember 2017
- Rasyid Said et, al., 2019. Dampak Manajemen Hubungan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sains Terapan Dunia* 26 (12). Universitas Bahauddin Zakarya, Kampus Sahiwal, Pakistan.
- Ratih Siti Jamilah et, al., 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Konsumen Studi Kasus Konsumen Produk Kosmetik Emina Di Desa Tanjung Morawa A Dusun II Kabupaten Deli Serdang). *Movere Journal* Vol. 4 No. 1 Januari 2022 Hal. 19 - 28.
- Rizwan Ullah Khan et, al., 2020. Dampak Manajemen Hubungan Pelanggan dan Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Journal of Relationship Marketing*, DOI: 10.1080/15332667.2020.1840904
- Sahabuddin, Romansyah. 2019. Manajemen Pemasaran Jasa: *Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan*. Pustaka Taman Ilmu.
- Viedy, E., Lombok, V., Samadi, R. L., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2022). *The Effect of Brand Image, Brand Trust and Digital Marketing on Consumer Purchase Decisions on Emina Products (Case Study at Sam Ratulangi University Students)*. *Jurnal EMBA*, 10(3), 953-964.