

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Penerapan Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen terhadap beberapa produk dari PT. Pertamina Lubricants Oil dengan kategori produk, yaitu Enduro Matic SAE 10W-30 JASO MB/API SJ, Enduro 4T Racing SAE 10W-40 JASO MA2/API SJ, dan Enduro 4T SAE 20W-50 JASO MA/API SJ ternyata menghasilkan keberterimaan dan ketertarikan yang sangat kuat dengan persentase paling besar dari nilai yang didapatkan sebesar 31 % mayoritas untuk kategori pelajar dan mahasiswa. Untuk persentase ketertarikan yang cukup memiliki nilai 17 % untuk kategori pegawai negeri dan ketertarikan yang sangat kuat memiliki persentase 14 % untuk kategori ibu rumah tangga dan wiraswasta

Untuk penilaian terhadap kepuasan pelanggan, penentuan jumlah mayoritas beserta karakterisasi pada penggunaan produk dapat diambil kesimpulan seperti dibawah ini:

1. Untuk hasil keberterimaan berdasarkan tingkat loyalitas konsumen masuk dalam kategori reliabel atau keberterimaan yang cukup.
2. Penerapan loyalitas customer dalam menetapkan penilaian dalam tingkat kepuasan pelanggan dengan SPSS (*Statistical Program of Social Science*) didapatkan untuk pelajar atau mahasiswa paling menjadi prioritas dalam mayoritas penentuannya.
3. Loyalitas customer dari kategori umur paling tinggi antara umur 19 – 23 tahun untuk yang terendah < 14 tahun. Untuk mata pencaharian tertinggi didapatkan dengan kategori pelajar dan mahasiswa dan terendah pegawai swasta.

## 6.2 Saran

Untuk penggunaan lubricant oil yang digunakan sesuai dengan umur kendaraan dan juga umur pengguna dan dapat dibatasi dalam penggunaan bahan bakar minyak dikarenakan dalam penggunaannya yang mengurangi dampak terhadap lingkungan maupun industri yang berkaitan dengan makhluk hidup.

Selain itu juga mengurangi ataupun meminimalisasi pergantian spare part yang kemungkinan terjadi diakibatkan karena sistem mesin yang digunakan memiliki kesamaan fungsional akan penggunaan terhadap oli yang digunakan. Sehingga jumlah customer dapat diperkirakan berdasarkan waktu maupun loyalitas customer tercapai dalam target yang diinginkan.

Untuk penelitian selanjutnya bisa dikembangkan mengenai Nilai dalam Angka perdaerah yang dikumpulkan untuk melihat kecenderungan ataupun sebaran customer yang disesuaikan dengan kebutuhannya untuk jenjang studi ataupun pendidikan untuk Magister Teknik Industri (S2).

