

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Strategi *Marketing Public Relations* PT. Zinkpower Batam Indo dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan”, kesimpulan yang diambil adalah *Marketing Public Relations* PT. Zinkpower menggunakan *3 ways strategies* dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya. *3 ways strategy* terdiri dari *pull, push & pash strategies* yang akan Penulis jabarkan sebagai berikut:

1. *Pull Strategy*

*Pull strategy* adalah strategi yang dilaksanakan untuk menarik calon pelanggan. Kegiatan yang dilaksanakan dalam strategi ini adalah pemenuhan 3 standar galvanis internasional yaitu ASTM A123, EN ISO 1461 dan AS/NZS 4680, penanganan *inquiry* dari calon pelanggan, audit dari calon pelanggan, mengikuti kegiatan asosiasi seperti *Batam Shipyard and Offshore Association* (BSOA) dan Asosiasi Galvanis Indonesia (AGI), rapat bisnis, pameran serta melalui situs resmi perusahaan.

2. *Push Strategy*

*Push Strategy* adalah strategi yang bertujuan untuk mendorong tingkat penjualan. Kegiatan yang dilaksanakan dalam strategi ini adalah penyebaran angket kepuasan pelanggan, penanganan keluhan, diskon serta penyediaan *one stop service*.

### 3. *Pash Strategy*

*Pash strategy* adalah strategi yang berguna untuk mempengaruhi atau menciptakan opini publik yang menguntungkan. Kegiatan yang dilaksanakan dalam strategi ini adalah pemberian *sponsorship*, ucapan selamat dalam bentuk papan bunga dan kalender.

## 5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, Penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan meningkatkan lagi kegiatan *public relations* untuk membentuk hubungan baik jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan citra baik di mata masyarakat.
2. Perusahaan juga perlu menambah promosi-promosi dan iklan agar masyarakat makin mengetahui pentingnya galvanis dan menambah jumlah calon pelanggan.
3. Perusahaan dapat menyelenggarakan seminar atau presentasi-presentasi ke sekolah menengah maupun universitas guna menyebarkan pentingnya

galvanis bagi kehidupan sehari-hari dan menyerap tenaga kerja *fresh graduate*.

4. Pembentukan divisi *Public Relations* sehingga kegiatan *Public Relations* dan manfaat-manfaat kegiatan tersebut dapat lebih dirasakan.