

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

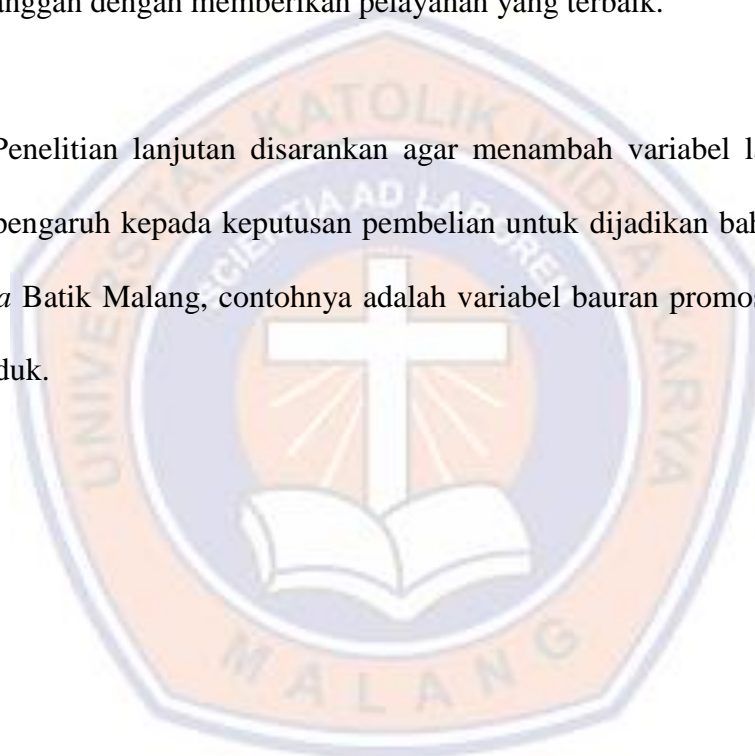
1. Variabel *relationship marketing* yang terdiri dari *trust* (X1), *commitment* (X2), *communication* (X3), *conflict Handling* (X4), dan *reciprocity* (X5) berpengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap *purchase decisions* (Y) di *Java Batik Malang*. Pengaruh variabel *relationship marketing* terhadap *purchase decisions* adalah sebesar 51,8%.
2. Variabel *relationship marketing* yang terdiri dari *trust* (X1), *communication* (X3), dan *conflict handling* (X4) **berpengaruh** signifikan secara parsial terhadap *purchase decisions* (Y). Sedangkan variabel *relationship marketing* yang terdiri dari *commitment* (X2) dan *reciprocity* (X5) **tidak berpengaruh** signifikan secara parsial terhadap *purchase decisions* (Y).
3. Dalam penelitian ini diketahui variabel *communication* (X3) yang berpengaruh dominan terhadap *purchase decisions* (Y) *fashion Java Batik Malang*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah tertera diatas dapat dijadikan saran bagi *Java* Batik Malang sebagai berikut.

1. Pihak *Java* Batik disarankan untuk memberikan pelatihan kepada karyawan terkait produk dan pelayanan prima. Pelatihan tersebut bertujuan untuk memaksimalkan kemampuan karyawan dalam memuaskan kebutuhan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

2. Penelitian lanjutan disarankan agar menambah variabel lain yang dapat berpengaruh kepada keputusan pembelian untuk dijadikan bahan referensi di *Java* Batik Malang, contohnya adalah variabel bauran promosi dan kualitas produk.



DAFTAR PUSTAKA

- Berry dan Yunita Haris. 2018. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Philip Kotler : Kevin Lane. CASE STUDIES ON RETAIL CUSTOMERS. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-07.27>.
- Data industri tekstil dan pakaian jadi.2021-2022*. <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-tekstil-dan-pakaian-jadi/>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2022.
- Dr. Drs.Ngatno, MM. 2017. *Pemasaran*. Semarang : EF Press Digimedia. ISBN: 978-602-0962-39-9.
- Dwifadhilah, dkk. 2022. **Pengaruh Relationship Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Album K-POP Treasure (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Album Treasure di Jakarta)**. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>. Vol 1, (5), 2021, 386-398 .
- Firmansyah.2018. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Kanapthipilai and Kumaran. 2022. **THE MEDIATING EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING STRATEGY BETWEEN DIGITAL MARKETING STRATEGY AND CONSUMERS' PURCHASE DECISIONS IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY IN MALAYSIA**.ISSN:2501- 9988.Vol.2.
- Kotler, P., dan Keller, K. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13* . Edinburgh Gate Harlow: Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Keduabelas. Jakarta: PT Indeks.
- Mamusung, dkk. 2021. **The Effect of Relationship Marketing on Service Quality and Customer Loyalty: An Empirical Study in Indonesia**. Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 7. ISSN 2288-4645.
- Manik.2018. **Pengaruh Citra Perusahaan dan Relationship Marketing Terhadap purchase decisions Konsumen PT Astra Internasional Medan**. Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB). Vol. 3. No. 2. November 2018. e-ISSN 2599-137X.. p-ISSN 2339-0506.
- Mujahidin, dkk. 2022. **The Effect of Relationship Marketing and Relationship Quality on Customer Loyalty Bank Muamalat Indonesia**. Vol.38.312-323.ISSN:26687798.https://www.researchgate.net/publication/366164591_The_Effect_of_Relationship_Marketing_and_Relationship_Quality_on_Customer_Loyalty_Bank_Muamalat_Indonesia.
- Priyatno, Dwi. 2008. Mandiri Belajar SPSS. Yogyakarta : Mediakom. *Quality on Customer Loyalty (Bank Muamalat Indonesia)*. Vol. 38, 312- 323, December, 2022 .ISSN: 2668-7798.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

- Rizky. 2023. **Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Grab Bike di Rembang Kota.** Jurnal Mirai Management. ISSN : 2598-8301 (Online). Vol.8. Issue (1). Pages 498-511.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:Andi.
- Setiawan, dkk. 2020. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing Terhadap Purchase Decisions Produk di PT Asaba Pekanbaru.** Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 1(1), 64–77. <https://doi.org/10.37385/msej.v1i1.49>.
- Simamora , dkk. 2019. Jurnal Manajemen dan Keuangan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung. **PENGARUH HARGA DAN CUSTOMR RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP purchase decisions KONSUMEN PADA UD SENTRAL JAYA PEMATANGSIANTAR.** ISSN :2338-4328 (Print). ISSN : 2686-2646 (Online).Volume:7No:2Tahun2019.https://www.researchgate.net/publication/338835532_PENGARUH_HARGA_DAN_CUSTOMR_RELATIONS_HIP_MARKETING_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_KONSUMEN_PADA_UD_SENTRAL_JAYA_PEMATANGSIANTAR
- Siregar, dkk. 2021. **Pengaruh Relationship Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko BEST Pematangsiantar.**<https://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic/article/view/26>. Vol.1. No. 3.ISSN 2798.-0049.
- Sugiarto, Eko. 2017. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*.Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2000. Manajemen Pemasaran “*Analisis Perilaku Konsumen*”. Jilid 3, Edisi Pertama. BPFE-Yogyakarta.
- Theresia and Edi. 2018. **THE EFFECT OF WEBSITE AND RELATIONSHIP MARKETING ON PURCHASE INTENTION THROUGH BRAND AWARENESS.** Rusian Journal of Agricultural and Socio-Economic Scienses.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- <http://repository.stei.ac.id/5910/4/BAB%203%20IDHAM.pdf>
- <https://dadukembar.blogspot.com/2015/02/uji-asumsi-klasik-dan-uji-regresi.html>
- <https://eprints.uny.ac.id/65893/4/4.%20BAB%20II.pdf>

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

<https://media.neliti.com/media/publications/111467-ID-none.pdf>

<https://penerbitdeepublish.com/interpretasi-data/>

https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/1886/3/T1_212007056_Lampiran.pdf

https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data/0000/data/104/sdgs_17/3

<https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-tekstil-dan-pakaian-jadi/>

<https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.>

