

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan disampaikan secara ringkas tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian terkait implementasi *customer relations* untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di senayan city. Selain kesimpulan, akan disampaikan pula beberapa saran dari peneliti sebagai masukan kepada senayan city berdasarkan temuan dan analisis dalam penelitian.

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait implementasi *customer relations* untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di senayan city dapat diambil Kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi *customer relations* melalui program SCX Iconic Member dilakukan secara professional dengan memenuhi 4 dimensi *customer relations* yaitu identifikasi terhadap pelanggan, daya Tarik terhadap pelanggan, menjalin hubungan yang harmonis dengan pelanggan, dan pemberdayaan pelanggan. Keempat dimensi tersebut dilakukan dengan sangat baik sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.
2. Upaya yang dilakukan oleh *customer relations* untuk menjaga hubungan baik kepada pelanggan dilakukan dengan menyediakan program dan hadiah yang sesuai dengan kebutuhan dan *customer relations* menyediakan media bagi para pelanggan untuk tetap berkomunikasi serta memberikan kritik dan saran kepada pihak Senayan City

3. Tanggapan pelanggan terhadap program-program di Senayan City mendapat respon yang baik serta pelanggan merasa puas dengan program yang diadakan oleh Senayan City terlebih hadiah yang diberikan juga sangat menarik
4. faktor pendukung dan penghambat dari program SCX Iconic Member adalah 1) *Customer Service* senayan city menjadi tim yang solid karena telah menjadi jembatan dalam menjalankan dan menyampaikan program atau kegiatan. 2) Penggunaan system CSDB (*customer service data base*) yang membantu tim untuk menyimpan semua data-data ataupun transaksi *customer*. 3) departemen terkait dalam membuat program-program terkait *customer relations*. 4) customer yang loyal kepada Senayan City. Sedangkan faktor penghambatnya adalah 1) system yang sebenarnya masih perlu ada peningkatan yang berakibat terkadang miss komunikasi antara *customer service* dengan *customer*. 2) customer yang sering kali tidak terima dengan ketentuan yang berlaku.

## **B. Saran**

Berdasarkan Kesimpulan di atas maka peneliti memiliki beberapa saran kepada pihak senayan city dalam melaksanakan strategi *customer relations* di perusahaannya sebagai berikut:

1. Meningkatkan system yang ada pada program SCX Iconic Member agar tidak terjadi lagi kesalahan atau kendala dalam system point member
2. Membuat promo-promo lain yang lebih bervariasi agar dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi serta meningkatkan loyalitas pelanggan
3. Memaksimalkan social media sebagai ajang promo dan penyebaran informasi, jika memungkinkan menggunakan jasa influencer agar informasi dapat menyebar lebih luas lagi.