

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasn pada bab sebelumnya tentang *customer relationship management* Budiman Swalayan Kuranji Padang dapat disimpulkan bahwa:

Customer Relationship Management (CRM) atau manajemen hubungan pelanggan adalah suatu proses yang bertujuan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan dengan cara mengelola informasi secara rinci tentang pelanggan dan semua titik kontak pelanggan. Titik kontak pelanggan kejadian dari pengalaman aktual ke komunikasi pribadi atau massal hingga observasi biasa pada saat pelanggan dalam menghadapi merk dan produk (Kotler and Keller, 2016). Proses atau sistem kerja *customer relationship management* mencakup pada *people, process, technology*.

1. Pada dimensi *people*, pengunjung Budiman Swalayan Kuranji Padang lebih menyetujui pernyataan “karyawan berpenampilan rapi”. dengan perolehan skor total 211 yang mendapatkan rata-rata sebesar 4,22.
2. Pada dimensi *process*, pengunjung Budiman Swalayan Kuranji Padang lebih menyetujui pernyataan “fasilitas toko memadai seperti keranjang belanja dan toilet”. dengan perolehan skor total 213 yang mendapatkan rata-rata sebesar 4,26.
3. Pada dimensi *technology*, pengunjung Budiman Swalayan Kuranji Padang lebih menyetujui pernyataan “Budiman aktif dan update dalam mengelola media sosial (misal: website, instagram, tiktok, dll)”. dengan perolehan skor total 196 yang mendapatkan rata-rata sebesar 3,92.

4. Pada dimensi kepuasan dan loyalitas, pengunjung Budiman Swalayan Kuranji Padang lebih menyetujui pernyataan “saya bersedia untuk berkunjung kembali karena puas dengan kelengkapan isi toko”. dengan perolehan skor total 207 yang mendapatkan rata-rata sebesar 4,14.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan kepada Budiman Swalayan untuk lebih meningkatkan lagi kinerja karyawan untuk lebih mengetahui produk dan lebih ditingkatkan lagi dengan memberikan informasi pemberitahuan notifikasi kepada pelanggan melalui media sosial seperti pesan, whatsapp, dll agar dapat memuaskan pelanggan.
2. Budiman Swalayan perlu memperhatikan dengan memberikan sign toilet atau rambu toilet agar konsumen dapat mengetahui bahwa terdapat toilet di dalam toko yang dapat digunakan oleh konsumen.
3. Budiman swalayan perlu memperhatikan kebersihan dan kerapian di dalam toko, karena konsumen akan menjadi risih dan tidak nyaman ketika sedang berbelanja.
4. Diharapkan kepada Budiman Swalayan agar dapat membuat kartu member Budiman Swalayan yang bisa diakses disemua gerai, karena keluhan konsumen ingin mendapatkan point ketika berbelanja tanpa harus belanja hanya di satu gerai.