



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa yang diperoleh oleh penulis melalui observasi pustaka dan wawancara mendalam dengan narasumber, berikut ini merupakan kesimpulan yang didapatkan oleh penulis mengenai strategi *marketing communication* Martha Tilaar Spa dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Martha Tilaar Spa telah menjalankan strategi program *marketing communication* berupa *public relations* dan *sales promotion*. Namun, kurang memaksimalkan strategi *advertising*, *direct marketing*, dan *personal selling*.
2. Dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya, Martha Tilaar menerapkan sistem *membership* yang terdapat *benefit* berupa potongan harga, *free gift*, dan *point* yang dapat ditukar dengan diskon *treatment* hingga kamera *mirrorless*.
3. Martha Tilaar juga memaksimalkan pelayanan dan fasilitasnya agar pelanggan dapat melakukan pembelian ulang dengan melibatkan *therapist* dan *PIC* dari setiap *outlet* untuk berkomunikasi dengan pelanggan loyalnya melalui WhatsApp.
4. Martha Tilaar Spa menggunakan sosial media untuk menarik pelanggan baru yang lebih muda dan melakukan kerjasama dengan beberapa

platform bisnis yang ramai digunakan saat ini seperti Traveloka, Telkomsel Poin, Shopee, dan Tokopedia.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan di atas, penulis dapat menyampaikan beberapa saran yang mencakup saran akademis dan sarak praktis yaitu sebagai berikut:

5.2.1 SARAN AKADEMIS

Saran dari peneliti dalam segi akademis ditujukan untuk teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikembangkan lebih mendalam oleh peneliti selanjutnya, terkhusus pada penelitian sejenis yang melibatkan strategi *marketing communication* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, peneliti berharap penelitian ini dapat diperluas tidak hanya terfokus pada strategi *marketing communication* Martha Tilaar Spa, namun secara keseluruhan dari kegiatan promosi jasa spa dari Martha Tilaar Spa.

5.2.2 SARAN PRAKTIS

Saran praktis dari peneliti ini ditujukan kepada perusahaan Martha Tilaar Spa (PT Cantika Puspa Pesona) agar terciptanya strategi pemasaran yang lebih efektif antara lain:

1. Martha Tilaar Spa lebih baik menggunakan seluruh strategi *promotion mix* yang ada dalam *marketing communication* agar strategi *marketing communication*-nya berjalan dengan semakin efektif dan maksimal.

2. Martha Tilaar Spa sebaiknya lebih detail dalam menjelaskan promo dan terus *update* Instagram maupun *website official* mengenai promo yang sedang berlangsung.
3. Martha Tilaar Spa sebaiknya mempertahankan komunikasi internal yang berlangsung antara pelanggan dengan *therapist* maupun PIC *outlet*, khususnya tamu-tamu lama karena hal tersebut merupakan cara yang tepat untuk mempertahankan pelanggan lama yang tidak *update* media sosial.