

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dengan apa yang telah disampaikan sebelumnya, bahwa penelitian kali ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh *customer relationship management* ERHA Clinic terhadap loyalitas pelanggan ERHA Clinic serta seberapa besar pengaruh yang dihasilkan oleh *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan selama melakukan penelitian ini dan telah diolah menggunakan IBM SPSS 24.0, berikut adalah data yang dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan hasil uji korelasi, hubungan dari kedua variabel dalam penelitian ini adalah sebesar 0,272 yang dapat diartikan *customer relationship management* memiliki pengaruh rendah terhadap loyalitas pelanggan. Tidak hanya uji korelasi, hasil uji regresi linear sederhana pada penelitian ini memiliki nilai korelasi sebesar 0.272 antara *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan pada penelitian ini, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 yang artinya $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Hasil uji variabel *customer relationship management* (X) memiliki pengaruh sebesar 7,4% terhadap loyalitas pelanggan (Y), sedangkan 92,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti citra perusahaan dan kepuasan

pelanggan (Tahuman, 2016) yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil regresi, *data and technology support* merupakan dimensi yang memiliki nilai pengaruh paling besar.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian yang telah dilakukan ini bukanlah sebuah penelitian yang telah sempurna sehingga masih memiliki keterbatasan. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disampaikan bahwa terdapat pengaruh yang cukup kecil antara *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih baik lagi, seperti misalnya dengan menambahkan variabel pada penelitian, menambahkan cara lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ataupun melakukan penelitian dengan *mix method* agar hasil yang diperoleh menjadi lebih luas dan kompleks.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan dan disebarakan kepada tiga ratus responden yang merupakan *followers* akun Instagram @erha.dermatology yang juga merupakan bagian dari *member* ERHA, terdapat beberapa saran yang mungkin dapat digunakan oleh pihak *internal* ERHA Clinic agar semakin baik dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya, seperti:

1. Menambahkan keuntungan yang akan diperoleh oleh pelanggan yang

menjadi bagian dari *member* ERHA seperti dapat melakukan konsultasi secara gratis dengan para ahli kulit apabila telah menjadi bagian dari *member* ERHA Clinic.

2. Memaksimalkan layanan *chatting* via Whatsapp dan berbagai sosial media lainnya tidak hanya Instagram untuk berkomunikasi secara pribadi dengan pelanggan terkait pertanyaan dan keluhan yang disampaikan para pelanggan.
3. Memberikan informasi terkait jadwal praktek dokter di setiap cabang lokasi ERHA Clinic agar semakin mempermudah pelanggan untuk mengetahui jadwal serta dapat melakukan *booking online*. Dengan demikian, pelanggan tidak perlu lagi datang dan menunggu terlalu lama untuk melakukan konsultasi dengan para dokter.