

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Klinik Esthetic Rosereve Japan adalah klinik perawatan kulit yang memiliki program loyalitas untuk bisa mempertahankan loyalitas pelanggan. Sesuai dengan tahapan pada IDIC model, program loyalitas yang dilakukan oleh Klinik Esthetic Rosereve Japan berhasil mempertahankan pelanggannya. Pada tahap pertama *identify customers* didapatkan data pelanggan Klinik Esthetic Rosereve Japan dengan menjadi member klinik yang dikelola menjadi database Klinik Esthetic Rosereve Japan. Dengan mengandalkan database pelanggan, Klinik Esthetic Rosereve Japan mampu menentukan target market. Hasil data tersebut kemudian digunakan sebagai acuan Klinik Esthetic Rosereve Japan dalam menerapkan pada tahap *differentiation customer* Klinik Esthetic Rosereve dalam mengelompokkan pelanggan dengan membedakan pelanggan yang setia dan tidak termasuk pelanggan setia dengan tujuan memberikan pelayanan terbaik dan bisa semakin dekat dengan keseluruhan pelanggan baik partners cabang Klinik Esthetic Rosereve Japan sesuai dengan karakteristik atau jenis pelanggan. Kegiatan yang dilakukan klinik adalah dengan mengirimkan promosi, info terkini yang berhubungan dengan Klinik Esthetic Rosereve Japan serta event yang dilakukan oleh Klinik Esthetic Rosereve Japan. Tujuannya dilakukan kegiatan tersebut agar Klinik Esthetic Rosereve Japan dapat menciptakan pengalaman terbaik dan dapat terhubung dengan seluruh pelanggan melalui tahap *interaction with customers*, selanjutnya pada tahap akhir *customize treatment* perusahaan mampu mengakuisisi pelanggan baru dan lama serta yang paling terpenting perusahaan dapat menjaga retensi pelanggan.

Dalam upaya meningkatkan pelanggan setia, Klinik Esthetic Rosereve Japan juga mengadakan berbagai program reward, promo, dan event. Selain sebagai cara untuk menarik perhatian pelanggan untuk menggunakan sistem point and rewards, juga digunakan sebagai cara untuk terciptanya word of mouth untuk meningkatkan akuisisi pelanggan baru dan melakukan retensi terhadap pelanggan lama.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan kekurangan dalam penerapan Customer Relationship Management Klinik Esthetic Rosereve Japan adalah kurang mengandalkan kalangan dari generasi milenial agar tercipta target pelanggan baru Klinik Esthetic Rosereve Japan..

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

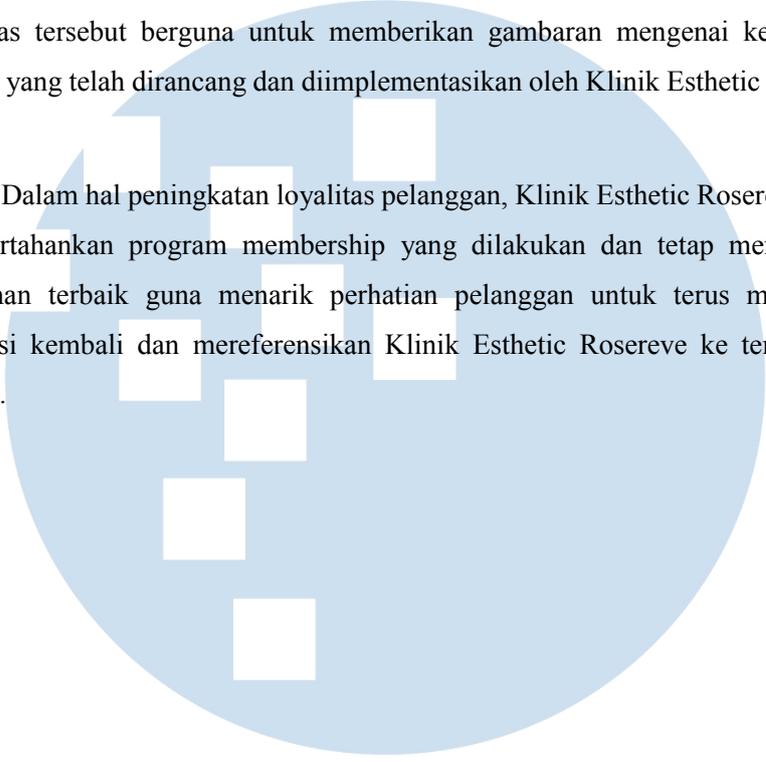
Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruh program Customer Relationship Managemet dalam konteks mempertahankan loyalitas pelanggan khususnya di perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan. Serta pada penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dari strategi lain yang dilakukan oleh Klinik Esthetic Rosereve Japan, seperti event management.

5.2.2 Saran Praktis

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang bisa menjadi masukan untuk Klinik Esthetic Rosereve Japan terkait dengan perencanaan sekaligus melakukan berbagai kegiatan Customer Relationship Management yang akurat untuk diterapkan pada Klinik Esthetic Rosereve Japan sehingga penting bagi klinik untuk melakukan evaluasi secara teratur. Beberapa aktivitas evaluasi yang bisa dilakukan, yaitu memantau tingkat transaksi dan memantau perkembangan jumlah penukaran voucher atau poin membership yang dilakukan pelanggan.

Aktivitas tersebut berguna untuk memberikan gambaran mengenai keefektifan strategi yang telah dirancang dan diimplementasikan oleh Klinik Esthetic Rosereve Japan.

Dalam hal peningkatan loyalitas pelanggan, Klinik Esthetic Rosereve dapat mempertahankan program membership yang dilakukan dan tetap memberikan pelayanan terbaik guna menarik perhatian pelanggan untuk terus melakukan transaksi kembali dan mereferensikan Klinik Esthetic Rosereve ke teman atau kerabat.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA