

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap perusahaan makanan dan minuman Hai Di Lao ini didapatkan hasil bahwa *customer relationship* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 57,8% serta berkorelasi kuat dengan nilai *pearson correlation* sebesar 0,761. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *customer relationship management* ini berguna dalam membangun sebuah bisnis untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dan bukan hanya sekedar membuat program tetapi memikirkan programnya bahwa hal tersebut merupakan sesuatu yang baru dan unik seperti yang dilakukan oleh Hai Di Lao. Dari adanya dimensi-dimensi pada variabel X yang paling tinggi nilainya terletak pada *social benefit* yang berhubungan dengan kualitas pelayanan. Hal ini berarti pelayanan Hai Di Lao saat berada di restoran cukup baik serta juga dalam mengatasi keluhan pelanggan.

Banyaknya kompetitor zaman sekarang membuat semakin tingginya resiko sebuah restoran untuk gulung tikar. Penggunaan strategi CRM ini sangat berguna bagi sebuah usaha untuk mempertahankan pelanggannya karena seperti yang dikatakan pada penelitian terdahulu kelima yang berjudul “Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Kota Palembang”. Peneliti pada penelitian terdahulu tersebut mengatakan bahwa mencari pelanggan baru lebih membutuhkan biaya yang banyak dibandingkan mempertahankan pelanggan. CRM ini menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pelanggan sehingga terciptanya kepuasan pelanggan dari adanya program CRM bahkan hingga terciptanya loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, program CRM ini harus ditekuni dan diinovasikan agar tercipta pelanggan yang puas dan loyal.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa CRM memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan tetapi masih banyak hal lain dapat dilakukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk penelitian berikutnya peneliti menyarankan menggunakan upaya lain selain CRM untuk mengukur kepuasan pelanggan dan bukan hanya perusahaan *food and beverage* tetapi juga bisa mencoba untuk meneliti perusahaan-perusahaan lainnya seperti perusahaan otomotif, jasa, perhotelan, wisata dan perusahaan lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

Dari adanya penelitian ini Hai Di Lao perlu menggali lebih dalam lagi program CRM yang bersifat *online* seperti melakukan pengiriman pesan kepada para pelanggan saat selesai makan untuk mendapatkan saran dan kritik apabila ada yang kurang dari kunjungan pelanggan, serta Hai Di Lao juga dapat menambahkan program CRM yang melakukan pengiriman informasi melalui WhatsApp dan Email karena kalangan tertentu tidak semua menggunakan sosial media. Oleh karena itu, perlu dilakukan adanya penambahan program yang terfokus dalam mengirimkan pesan secara langsung kepada pelanggan Hai Di Lao untuk memberikan berbagai informasi.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA