

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan uraian penelitian terhadap data yang diperoleh dari hasil penelitian sebagaimana yang telah peneliti lakukan di CV. Miranda Moda Indonesia (Riamiranda) dengan judul *Customer Relations Management “Annual Trunk Show”* Dalam Upaya Mengurangi Pembajakan Merek (kasus Pada Produk Riamiranda).Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

- Dengan adanya program *customer relations management Annual Trunk Show* yang telah dilaksanakan Riamiranda mampu mengurangi pembajakan merek.
- Dengan terciptanya program *customer relations management Annual Trunk Show*, memudahkan CV. Miranda Moda Indonesia (Riamiranda) untuk memberikan berbagai macam informasi terkait menjalin hubungan baik dengan pelanggan.
- Mempermudah *customer* dalam proses memilih dan membedakan produk asli dan produk bajakan.

Selain itu pihak *public relations* Riamiranda sudah mendaftarkan Hak Cipta *pattern*nya kepada lembaga hukum berarti *pattern* atau pola desain yang dimiliki Riamiranda telah dipatenkan, sehingga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan *customernya* dalam melihat dan membeli produk asli Riamiranda. Jadi, penjualan produk di Riamiranda dapat berjalan dengan lancar serta hal ini dapat mendorong masyarakat Indonesia untuk bisa lebih mencintai produk dalam negeri dan mengurangi pembajakan merek.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis data dan kesimpulan tentang penelitian berjudul *Customer Relations Management “Annual Trunk Show”* Dalam Upaya Mengurangi Pembajakan Merek (kasus Pada Produk Riamiranda) ini maka dapat di ambil beberapa saran bagi perusahaan Riamiranda yaitu:

- Perlunya pengembangan terhadap *system Customer Relations Management* dimana *customer* dapat melakukan program *customer relations management* yang lebih baik.
- Perlunya pelaksanaan program *customer relations management* secara rutin
- Advokasi komunikasi yang harus selalu di tingkatkan agar dapat selalu mengurangi pembajakan merek

