

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan uraian penelitian terhadap data yang diperoleh dari hasil penelitian sebagaimana yang telah peneliti lakukan di PT. Bhinneka Mentari Dimensi dengan judul Strategi *Customer Relations* PT. Bhinneka Mentari Dimensi Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada *Business to Consumer* PT. Bhinneka Mentari Dimensi), maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi *customer relations* yang dilakukan PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam membangun loyalitas pelanggannya adalah melalui kegiatan *event*, melakukan *acquiring new member* atau perekrutan anggota Bhinneka, melalui media sosial Bhinneka, dan program *retain customer* atau mempertahankan pelanggan.
2. Tahapan yang dilakukan dalam membangun loyalitas yang pertama adalah melakukan perekrutan anggota Bhinneka, selanjutnya melalui media sosial Bhinneka dibuatkan berbagai konten agar *followers* dapat tertarik untuk berbelanja di Bhinneka, setelah itu pelanggan dibuatkan beberapa kegiatan *event* agar pelanggan merasa diapresiasi oleh Bhinneka, lalu pelanggan juga diberikan pelayanan yang baik melalui program *retain customer*.
3. Strategi *customer relations* yang dibentuk dan dilaksanakan oleh PT. Bhinneka Mentari Dimensi berguna dalam proses membangun loyalitas pelanggannya.

V.2 Saran

Berdasarkan analisis data dan kesimpulan tentang penelitian berjudul Strategi *Customer Relations* PT. Bhinneka Mentari Dimensi Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada *Business to Consumer* (B2C) PT.

Bhinneka Mentari Dimensi), ini maka dapat di ambil beberapa saran bagi PT. Bhinneka Mentari Dimensi yaitu perlunya pengembangan strategi dalam membangun hubungan dengan pelanggan agar pelanggan tetap loyal dengan Bhinneka dan Bhinneka tetap selalu bisa berkembang walaupun sudah banyak bermunculan *e-commerce* baru di Indonesia.

