BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada pelanggan pemegang kartu Ace Rewards di Ace Hardware Istana Plaza Bandung, mengenai pengaruh Program *Customer Relationship Mangement* terhadap *Customer Dependency*, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran Program *Customer Relationship Management* berada pada kategori cukup baik. Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa Program *Customer Relationship Management* yang paling tinggi pengaruhnya adalah *continuity marketing*, sedangkan indikator yang paling rendah pengaruhnya adalah *one to one marketing*. Program *continuity marketing* di Ace Hardware yaitu berupa pemberian diskon, pemberian *voucher* belanja, pemberian *point* atas *reward*, dan acara *member gathering*.
2. Gambaran *Customer Dependency* di Ace Hardware Istana Plaza Bandung dinilai cukup tinggi. Dilihat dari indikator tertinggi yaitu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan Ace Hardware. Hal ini menunjukan bahwa pelanggan merasa bergantung pada perusahaan dengan adanya berbagai manfaat yang juga memberikan keuntungan bagi pelanggan.

3. Terdapat pengaruh antara Program *Customer Relationship Management* dengan *Customer Dependency* di Ace Hardware Istana Plaza Bandung sebesar 0,695 yang menunjukan tingkat korelasi yang kuat. Sementara besarnya pengaruh Program *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Dependency* yaitu sebesar 48,3% sedangkan sisanya sebesar 51,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Koefisien korelasi yang diperoleh menunjukan terdapat hubungan yang cukup tinggi antara Program *Customer Relationship Management* dengan *Customer Dependency*.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyatakan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi industri ritel khususnya bagi Ace Hardware Istana Plaza Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa program *one to one marketing* seperti keramahan dalam menyapa pelanggan, penanganan keluhan pelanggan, dan kecepatan serta ketepatan dalam memberikan pelayanan bagi pelanggan, memiliki skor paling rendah dibanding Program *Customer Relationship Management* lainnya. Oleh karena itu, yang harus dilakukan pihak perusahaan adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih ramah dan lebih baik lagi, serta penanganan masalah dan keluhan secara cepat dan tepat. Hal ini dapat dilakukan dengan pemberian pelatihan atau *training* bagi para karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik pagi

pelanggan. Ace Hardware diharapkan mampu menangani keluhan pelanggan dengan lebih baik lagi dan lebih cepat tanggap ketika menghadapi berbagai keluhan dari pelanggan.

2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Customer Dependency* di Ace Hardware Istana Plaza Bandung yang memiliki skor paling rendah adalah komunikasi dua arah antara pelanggan khususnya pemegang kartu Ace Rewards dengan Ace Hardware. Oleh karena itu, diharapkan Ace Hardware mampu lebih memahami apa yang disampaikan dan diinginkan oleh pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan pelayanan yang bersifat individual, seperti meningkatkan pelaksanaan *one to one marketing* dari program *Customer Relationship Management*.
3. Berdasarkan hasil penelitian, yang mempengaruhi *Customer Dependency* paling rendah adalah program *one to one marketing*. Dengan begitu perusahaan harus bisa memaksimalkan pelayanan secara individual agar dapat memberikan dampak yang cukup besar terhadap *Customer Dependency* di Ace Hardware
4. Saran untuk penelitian berikutnya diharapkan peneliti melakukan studi terhadap Ace Hardware lebih luas lagi dengan mempertimbangkan faktor lain yang mempengaruhi *Customer Dependency*, seperti bauran pemasaran jasa yang terdiri dari product, place, promotion, price, people, physical evidence, dan proses, sehingga mampu memberikan hasil yang maksimal dan kontribusi yang maksimal untuk peneliti dan perusahaan.