

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uraian yang telah di bahas dari mulai tahap analisis data sampai perancangan sistem, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* pada layanan konsultasi pelanggan akan mampu meningkatkan kepuasan dan menjaga loyalitas pelanggan. Sehingga memungkinkan *Freshskin Beautycare* untuk :

1. Mempertahankan dan menjaga kesetiaan pelanggan terhadap bentuk produk yang dijual ataupun layanan yang ditawarkan.
2. Dengan adanya analisa dari pengumpulan data pelanggan *Freshskin Beautycare* akan mampu memberikan produk dan layanan yang sesuai kebutuhan setiap pelanggan.
3. Penerapan CRM diharapkan dapat meningkatkan komunikasi yang efektif dan interaktif antara pelanggan dan ahli kecantikan, selain itu pelanggan juga dapat memperoleh beragam informasi yang dibutuhkan sebelum mereka membeli produk di *Freshskin Beautycare*.
4. CRM mampu memberikan kemudahan dalam mengelola keluhan, saran dan penilaian dari pelanggan terhadap layanan konsultasi secara tersistem dan juga dibalas secara *responsive*.
5. Dengan adanya layanan konsultasi berbasis CRM, *Freshskin Beautycare* bisa menggunakan hadiah sebagai bentuk penghargaan kepada pelanggan setia mereka.

#### **5.2 Saran**

Dengan adanya penerapan CRM pada layanan konsultasi pelanggan di *Freshskin Beautycare*, penulis berharap agar kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dan juga sistem yang di rancang dapat di kelola dan dijalankan dengan baik. Adapun saran lain yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Penerapan CRM pada layanan konsultasi berbasis web harus didukung dengan kemampuan karyawan toko (*admin*) dalam mengoperasikan sistem, kemudian juga diperlukan sosialisasi atau panduan teknis layanan agar mudah dipahami dan mampu digunakan oleh pelanggan sebagaimana mestinya.
2. Guna kelancaran pengoperasian sistem layanan konsultasi pelanggan, perlu sekali fasilitas yang memadai untuk komputer, jaringan, sistem operasi dan *database* yang sesuai dengan kebutuhan sehingga mampu mendukung berjalannya sistem.
3. Data pelanggan yang telah terdata harus di jaga dan dipergunakan untuk kepentingan dan kepuasan pelanggan itu sendiri
4. Pengembangan layanan konsultasi berupa pemberian *reward* untuk pelanggan yang di kelola dengan penerapan CRM harus dilakukan demi meningkatkan kesetiaan pelanggan.

