# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasakan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilaksanakan oleh Factory Outlet Blossom termasuk dalam kategori baik, hal ini mengacu pada rata-rata skor total yang tergolong dalam kriteria baik.
2. Loyalitas Konsumen Factory Outlet Blossom termasuk dalam kategori cukup baik, hal ini mengacu pada rata-rata skor total yang tergolong dalam kriteria cukup baik.
3. Pengaruh penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loyalitas Konsumen Blossom Factory Outlet Dago adalah sebesar 43,7% dan sisanya sebesar 56,3% merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang diabaikan penulis dalam penelitian.
4. *Customer Relationship Managemen* sangat bermanfaat untuk meningkatkan loyalitas konsumen yang akhirnya akan meningkatkan profit bagi perusahaan.

## 5.2 Saran

Saran yang penulis dapatkan dari karya tulis mengenai Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Konsumen pada Blossom Factory Outlet Dago adalah sebagai berikut :

1. Dengan keistimewaan yang ada pada *Customer Relationship Management* diharapkan agar lebih dijaga agar loyalitas pada konsumen dapat lebih meningkat dan diharapkan pula model dan kualitas pakaian agar lebih ditingkatkan sehingga dapat lebih meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Melalui *Customer Relationship Management* pada Blossom Factory Outlet dapat semakin meningkatkan loyalitas konsumen. Dan dari hasil analisis yang dilakukan dapat dijadikan salah satu pertimbangan bagi perusahaan untuk melakukan *Customer Relationship Management* dan selalu berinovasi untuk memuaskan konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas konsumen pula.
3. Melalui *Customer Relationship Management* pihak Blossom Factory Outlet dapat semakin meningkatkan loyalitas konsumen. Dan dari hasil analisis statistik yang dilakukan dapat dijadikan salah satu pertimbangan bagi perusahaan untuk selalu melakukan *Customer Relationship Management* dan selalu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

4. Sebaiknya perusahaan lebih serius lagi dalam menerapkan *Customer Relationship Management* pada seluruh cabang Blossom Factory Outlet khususnya di Dagokarena dengan penerapan CRM ini, perusahaan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya juga akan lebih meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.