

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan tentang “*strategi Relationship Marketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dalam Prespektif Islam di BRP Cellular Bandung Tulungagung*,” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Relationship Marketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dalam Prespektif Islam di BRP Cellular Bandung Tulungagung

Penerapan strategi relationship marketing dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dengan pengenalan menggunakan pendekatan dan juga memberikan informasi mengenai program promo agar tercipta kesan positif terhadap pelanggan serta untuk membangun sebuah komunikasi yang baik dan hubungan yang harmonis.

Untuk memperluas relasi pemasaran BRP Cellular juga bekerjasama dengan beberapa toko dan juga cafe untuk menjelaskan dan mengenalkan beberapa fasilitas serta menjalin komunikasi yang baik dengan menerapkan 3S, yakni Senyum, Salam dan Sapa.

Selain itu dalam penerapan strategi pemasaran juga melakukan evaluasi, hal ini bertujuan sebagai salah satu cara perusahaan mencari data kekurangan dan poin minus yang kemudian akan dijadikan sebagai bahan inovasi selepas evaluasi.

Selanjutnya untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan dengan senantiasa menjaga kualitas produk hal demikian bertujuan menjaga komitmen untuk terciptanya kepercayaan dari pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal dalam membeli produk tersebut secara berulang tanpa berpindah ke perusahaan lain. Sebab dengan berkomunikasi dan pelayanan yang baik akan memberikan umpan positif yang kemudian akan menjadikan feedback seperti pelanggan tersebut juga menceritakan dan menggait teman atau saudaranya untuk membeli produk di BRP Cellular

2. Dampak penerapan strategi relationship marketing dalam peningkatan loyalitas pelanggan

Dampak penerapan strategi relationship marketing dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di BRP Cellular Bandung diantaranya yaitu Meski adanya pandemi covid 19 yang menyebabkan beberapa penurunan store, namun dengan adanya pelanggan yang loyal BRP Cellular masih mendapatkan sebuah feedback positif melalui strategi relationship tersebut dengan media pemasaran online. Selain itu dengan penggunaan sistem ini keuntungan lain yaitu ketika suatu daerah yang tak dapat dijangkau nama BRP cellular ini sudah terkenal melalui mulut kemulut yang dilakukan oleh pelanggan.

Keuntungan yang diperoleh dari loyalitas pelanggan tersebut dipengaruhi beberapa faktor terutama dalam hal memberikan pelayanan kepada pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan suatu hal yang perlu di perhatikan. Hal ini bertujuan agar pelanggan agar tidak beralih ke toko lain dan pelanggan merasa

nyaman serta mendapatkan apa yang mereka butuhkan sehingga pelanggan tersebut melakukan pembelian secara berulang ulang.

Selain itu dengan adanya loyalitas dari pelanggan tersebut mereka juga banyak membawa keluarga saudara dan kawan untuk membeli produk. Hal inilah yang memberikan dampak positif bagi perusahaan BPR Celullar dalam menjalankan strategi pemasaran produknya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis ini peneliti menyadari banyak kekurangan didalam penulisan ini. Namun besar harapan peneliti untuk dapat memberikan sumbangsih melalui gagasan yang tertuang didalam penelitian ini. Oleh karena itu peneliti ingin memberikan saran kepada pihak yang terlibat dalam penelitian.

1. Bagi BRP Celullar

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan dalam acuan kebijakan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat sasaran.

2. Bagi Mahasiswa secara Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan pertimbangan untuk belajar mengenai penerapan strategi relationship marketing dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Peneliti yang Akan Datang

Diharapkan akan mampu mengembangkan serta menemukan teori baru terkait dengan penerapan penerapan strategi relationship marketing dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.