

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan pembahasan yang sudah dipaparkan di bab- bab sebelumnya dengan judul “Implementasi Strategi Relationship Marketing dalam Mempertahankan Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan Tiffany Salon Blitar”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi Strategi *Relationship Marketing* pada Tiffany Salon Blitar

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa strategi *relationship marketing* yang diterapkan sudah cukup bagus. Terbukti dengan adanya pelanggan yang loyal selama bertahun- tahun, begitupun sebaliknya Tiffany Salon Blitar juga sudah berdiri selama kurang lebih 17 tahun. Meskipun saat pandemic pun Tiffany Salon mampu bertahan. Hubungan jangka panjang dengan para pelanggannya pun sudah tidak diragukan lagi. Pemilik begitu pandai mengambil hati para pelamggannya yaitu seperti meminta tukar nomor *whatsapp* dan *Instagram*. Tiffany Salon Blitar tidak terbatas dengan hubungan kontak fisik langsung tetapi juga melalui kontak sosial media.

2. Kendala yang dihadapi Tiffany Salon Blitar dalam Mempertahankan Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan

Kendala yang dihadapi Tiffany Salon Blitar selama kurang lebih 17 tahun yang paling sering terjadi yaitu komplain pelanggan. Tetapi, pemilik Tiffany Salon Blitar menjadikan hal tersebut sebagai motivasi agar kinerjanya dalam melayani pelanggannya memiliki kualitas yang unggul. Begitupun saat masa *pandemic covid- 19* banyak sekali hambatan yang harus dihadapi pemilik Tiffany Salon dari mulai harus mematuhi protokol kesehatan yang sangat amat mempengaruhi proses kinerja pada produk jasa, selain itu, pembatasan berskala besar bahkan sampai harus melakukan penutupan salon selama berhari-hari. Silih berganti hambatan atau kendala yang dihadapi pemilik Tiffany Salon tidak menyurutkan untuk mengembangkan bisnis salon kecantikannya. *Owner* dan karyawan tetap kompak bekerja sama untuk menghadapi situasi dan kondisi seperti saat ini

3. Upaya Tiffany Salon Blitar untuk Mempertahankan Kualitas dan Loyalitas Pelanggan

Berbagai upaya dilakukan Tiffany Salon untuk memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Pemilik Tiffany Salon berani memberikan garansi untuk pelanggan baru maupun pelanggan lama, semakin mahal perawatan yang dilakukan di Tiffany Salon maka pemilik akan memberikan garansi lebih lama. Setiap pengerjaan yang dilakukan oleh karyawannya selalu dipantau oleh pemilik Tiffany Salon. Pemberian pelayanan maksimal merupakan hal yang wajib bagi pebisnis yang bergerak dalam bidang jasa, khususnya jasa kecantikan. Selain,

memberikan kualitas pelayanan yang bagus, kenyamanan pada Tiffany Salon juga tak luput dari perhatian pemilik. Pemilik menyediakan berbagai kebutuhan konsumen untuk dapat menikmati layanannya seperti tempat sholat yang nyaman, dan menyiapkan *Delivery Order* makanan untuk konsumen yang sedang menunggu atau sedang mengantri. Upaya pemilik dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya selama bertahun-tahun yaitu menjaga hubungan jangka panjang seperti yang ada pada 4 dimensi *relationship marketing* yaitu ikatan, empati, timbal balik, dan kepercayaan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran yang diharapkan bisa bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

a. Bagi Tiffany Salon Blitar

Melihat dari implementasi strategi *relationship marketing* yang diterapkan Tiffany Salon Blitar, diharapkan mampu terus berupaya mempertahankan kualitas layanan serta berinovasi dengan mode tren yang sedang berkembang saat ini dan di masa yang akan datang.

- b. Bagi pihak akademik (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengerahuan, wawasan, dan untuk memberi tambahan referensi atau perbendaharaan kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung di bidang pemasaran (marketing), khususnya tentang *relationship marketing*.

- c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini, dapat dijadikan sebagai bentuk arahan dan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya khususnya tentang usaha jasa salon kecantikan. Peneliti menghimbau untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variable lain yang lebih luas seperti *relationship marketing* saat pandemi covid-19 kemudian dapat menyempurnakan hasil penelitian ini dengan permasalahan yang sama. Peneliti menyadari banyak kekurangan dari penelitian ini sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.