BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai *Customer Relationship Management,* penulis dapat menyimpulkan pentingnya *Customer Relationship Management* dalam sebuah usaha untuk mengetahui hubungan antara pelanggan dengan penjual mengenai kepuasan dan keluhan yang disampaikan pelanggan.

Pada objek yang penulis pilih untuk penelitian yaitu Najwa Collection mengenai penerapan *Customer Relationship Management,* dapat disimpulkan bahwa Najwa Collection kurang menerapkan *Customer Relationship Management* dalam hubungan antar pelanggannya, Najwa Collection hanya menggunakan media sosial (instagram) untuk mengetahui keluhan dan kepuasan pelanggan melalui *Direct Message* (DM). Selain itu, *Direct Message* (DM) yang dikirim pelanggan kepada Instagram Najwa Collection terkadang mendapat balasan yang cukup lama.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis data yang telah penulis lakukan, penulis dapat memberi saran kepada Najwa Collection mengenai penerapan *Customer Relationship Management* yaitu:

1. Sebagai kesiapan langkah awal dalam penerapan *Customer Relationship Management,* mutlak diperlukan adanya dukungan yang kuat dari Owner dan Karyawan Najwa Collection agar pelaksanaa CRM dapat dijalankan dengan baik. Karena pada dasarnya konsep CRM ini menuntut semua bagian dari Najwa Collectioan agar sama sama berfikir demi kebaikan pelanggan juga akan membawa kebaikan bagi Najwa Collection.
2. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang *fashion* Najwa Collection sebaiknya lebih menerapkan *Customer Relationship Management* melalui berbagai media, sehingga hubungan antar pelanggannya dapat terjalin dengan baik.