

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya di Bab I, yaitu mengenai pertanyaan penelitian “Bagaimana aktivitas *Customer Relations Hardcore Gym* Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan konsumen ?” maka dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait dengan pembahasan mengenai strategi *customer relations* yang dijalankan oleh Hardcore Gym.

Secara umum, strategi yang diterapkan oleh Hardcore Gym untuk meningkatkan kepuasan para membeinya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang mereka punya. Namun dalam proses perencanaan yang dilakukan oleh Hardcore Gym, masih terdapat beberapa kekurangan, diantaranya adalah langkah yang mereka ambil masih belum mengikuti sesuai dengan referensi yang ada, yaitu tahap-tahap yang seharusnya dilakukan adalah *Fact Finding, Planning, Actuating & Communicating*.

Hardcore Gym masih cenderung reaktif dalam menerima informasi yang mereka terima dalam menyusun strategi *customer relations* perusahaannya. Selain itu, Hardcore Gym masih belum memanfaatkan media maupun teknologi tertentu dalam mendokumentasikan setiap informasi yang mereka dapatkan. Namun, meskipun proses perencanaan *customer relations* Hardcore Gym belum sesuai, kualitas layanan yang mereka berikan kepada customer

masih sangat baik. Hal tersebut terlihat dari beberapa strategi *customer relations* yang mereka laksanakan.

Beberapa pelaksanaan program yang dilakukan oleh Hardcore Gym diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan misalnya dengan membuat kurikulum pembelajaran berdasarkan diskusi antara instruktur dan member. Kemudian melengkapi fasilitas Gym serta mengadakan beberapa event rutin dibidang binaraga yang bekerja sama dengan stakeholder yang terkait. Dari beberapa pelaksanaan program tersebut, member Hardcore Gym dapat merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan kepada mereka.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Hardcore Gym Yogyakarta sebaiknya menyediakan kotak saran atau media untuk menyampaikan keluhan member.
2. Guna memudahkan member dan calon member dalam mendapatkan informasi sebaiknya Hardcore Gym Yogyakarta memiliki website maupun media sosial lainnya agar mempermudah member untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
3. Dalam pelaksanaan evaluasi hendaknya lebih memperhatikan kegiatan *customer relations* yang dilakukan oleh perusahaan. Setidaknya perusahaan memiliki program khusus untuk menjalankan kegiatan *customer relations* untuk jangka panjang.

4. Sebaiknya owner Hardcore Gym Yogyakarta mempunyai perencanaan yang terprogram untuk *strategi customer relations* agar dalam proses tersebut lebih tertata dan terencana.
5. Semoga penelitian ini bermanfaat serta dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dan dapat lebih mengembangkan lagi.