

## BAB V

### KESIMPULAN dan SARAN

#### 5.1.Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *customer relationship management fitness center celebrity fitness* terhadap loyalitas pelanggan. Kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pertanyaan *customer relationship management*: (1) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Informasi yang diberikan *Celebrity Fitness* melalui media elektronik mudah diperoleh pelanggan.” sebanyak 67 responden dengan presentase 60,9%. (2) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Penggunaan sistem aplikasi database pelanggan yang diterapkan oleh *Celebrity Fitness* sudah baik.” sebanyak 78 responden dengan presentase 70,9%. (3) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Profesionalisme yang dimiliki karyawan *celebrity fitness* sudah baik” sebanyak 63 responden dengan presentase 57,3%. (4) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Pelayanan personal yang diberikan oleh karyawan *Celebrity Fitness* sudah baik.” sebanyak 69 responden dengan presentase 62,7%. (5) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Kemampuan yang dimiliki karyawan *Celebrity Fitness* dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan sudah baik” sebanyak 70 responden dengan

presentase 63,6% (6) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “*Celebrity Fitness* memberi kemudahan terhadap pelanggan dalam melakukan transaksi” sebanyak 62 responden dengan presentase 56,4%. (7) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “*Celebrity Fitness* menyediakan *customer service* dengan baik” sebanyak 76 responden dengan presentase 69,1%. (8) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Penanganan keluhan yang dilakukan *Celebrity Fitness* sudah baik” sebanyak 59 responden dengan presentase 53,6%. (9) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “*Celebrity Fitness* membina hubungan berkelanjutan terhadap pelanggan dengan baik” sebanyak 78 responden dengan presentase 70,9%. (10) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Pengetahuan mengenai data pelanggan yang dimiliki *Celebrity Fitness* sudah baik” sebanyak 71 responden dengan presentase 64,5%. (11) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “*Celebrity Fitness* melibatkan pelanggan dalam pelayanannya” sebanyak 76 responden dengan presentase 69,1%.

2. Berdasarkan pertanyaan loyalitas pelanggan: (1) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Akan mengatakan hal-hal positif tentang *Celebrity Fitness* kepada konsumen lain” sebanyak 64 responden dengan presentase 58,2%. (2) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Akan merekomendasikan *Celebrity Fitness* kepada konsumen lain” sebanyak 60 responden dengan presentase 54,5%. (3) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Mau mendorong konsumen lain untuk menggunakan jasa

*Celebrity Fitness* sebagai pilihan yang tepat” sebanyak 66 responden dengan presentase 60,0%. (4) jumlah responden yang menjawab setuju tentang “Akan menggunakan jasa *Celebrity Fitness* lebih banyak dikemudian hari” sebanyak 61 responden dengan presentase 55,5%.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Customer Relationship Management fitness center Celebrity Fitness* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

## 5.2.Saran

1. *Celebrity Fitness* perlu meningkatkan program *Customer Relationship Management* dengan lebih baik lagi, karena agar konsumen yang sudah *loyal* menjadi semakin *loyal*. Berdasarkan pengamatan peneliti, masih ada beberapa fasilitas yang belum dijalankan oleh *Celebrity Fitness* seperti *wifi* yang sudah dijanjikan oleh pihak *Celebrity Fitness* yang masih belum berjalan sampai saat ini, kemudian parkir yang sulit dan mahal yang dikarenakan lokasi *Celebrity Fitness* ini berlokasi di dalam mall, yang diharapkan kedepannya bisa berjalan dengan baik dan memberikan kartu parkir gratis khusus untuk para member *Celebrity Fitness* agar konsumen menjadi semakin *loyal* terhadap *Celebrity Fitness*.
2. *Celebrity Fitness* perlu meningkatkan pelayanan jasa personal trainer agar konsumen *Celebrity Fitness* mendapatkan pelayanan yang lebih baik lagi dengan

menyediakan jasa personal trainer yang ramah, berkualitas, sopan dan dapat membantu para clientnya untuk mendapatkan tubuh yang diinginkan.

3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti konsumen lebih mendalam misalnya dengan wawancara agar informasi yang didapatkan lebih akurat.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel yang lebih beragam untuk menguji loyalitas pelanggan, seperti *service quality*.

### **5.3.Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel dalam ruang lingkup yang sempit, yaitu masyarakat kota Bandung yang member di *Celebrity Fitness*. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengambil ruang lingkup pengambilan sampel yang lebih luas agar mendapatkan hasil yang lebih kuat dan akurat.
2. Indikator pertanyaan variabel Y berjumlah sedikit. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan indikator pertanyaan sehingga dapat mencakupi inti definisi yang lebih luas dari masing-masing variabel.