

## **Bab IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 KESIMPULAN**

Dari penulisan Tugas Akhir mengenai “Pengelolaan Loyalitas Pelanggan Service pada PT Nasmoco Pemuda Semarang” adalah sebagai berikut :

1. PT Nasmoco Pemuda Semarang adalah perusahaan selain sebagai agen penjualan mobil Toyota juga melayani kebutuhan servis atau perbaikan dan *part* mobil Toyota.
2. PT Nasmoco Pemuda Service melakukan kegiatan marketing untuk mendapatkan pelangganya melalui kegiatan Pengelolaan Loyalitas Pelanggan.
3. Pengelolaan Loyalitas Pelanggan dilakukan melalui kegiatan CRM yang terdiri dari aktivitas pengelolaan *database, maintenance, reminder* dan *appointment*. Pengantaran nilai melalui pelayanan yang berkualitas juga dilakukan. Pelayanan keluhan pelanggan juga diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan agar terwujud Loyalitas Pelanggan.
4. PT Nasmoco memiliki program dibuat secara khusus yang mengarah dan mendorong loyalitas pelanggan juga dilakukan seperti *partnership, undian, freepart, free airbag, Holiday Natal Campaign, Special Price Pra Holiday*, Program Retensi TMO (Toyota Motor Oli) dan CSR konsisten dilakukan untuk meningkatkan retensi pelanggan dan kesetiaan pelanggan pada PT Nasmoco Pemuda Semarang.
5. Seluruh kegiatan pengelolaan pelanggan dilakukan oleh PT Nasmoco Pemuda dengan tujuan dapat meningkatkan retensi, pelanggan referral, mengefisienkan waktu dan biaya sehingga dapat memaksimalkan profit perusahaan.

## 1.2 SARAN

Melalui hasil observasi yang dilakukan penulis dalam penulisan tugas akhir ini, penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Perlu adanya integrasi database antar PT Nasmoco agar memudahkan mencari informasi, agar kegiatan loyalitas pelanggan dapat terintegrasi penuh antar PT Nasmoco.
2. MRA perlu memaksimalkan aktivitas *reminder* yang mengantarkan nilai kepada pelanggan dalam bentuk *reminder* telepon sehingga dapat memaksimalkan *booking service*
3. Perlu adanya sosialisasi adanya fasilitas *booking online* sehingga fasilitas tersebut dapat digunakan oleh pelanggan secara maksimal.
4. Perlu adanya integrasi baik *sales*, *MRA*, dan *Service Advisor* guna *maintenance* dan *update database* pelanggan.
5. Perlu adanya koordinasi MRA dan NEA agar fungsi dan tugas NEA dapat dilakukan secara efektif dan efisien.