

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa :

1. Penerapan *customer relation management* pada Swiss Belinn Hotel Pekanbaru sudah dilaksanakan sehingga dapat meningkatkan *income* Swiss Belinn Hotel Pekanbaru. Hal ini dapat ditandakan dengan banyak pengunjung yang berdatangan ke hotel terutama pada ahari libur nasional maupun keagamaan.
2. Pihak Swiss Belinn Hotel SKA Pekanbaru menggunakan 3 program CRM. Ketiga program tersebut mempunyai bentuk yang berbeda-beda yakni untuk pemakai akhir, pelanggan distributor, atau pelanggan *business to business*. Ketiga program tersebut yaitu : *Continuity Marketing* adalah pemberian pelayanan yang berkelanjutan untuk mengikat pelanggan, contohnya pemberian diskon khusus. Lalu, *One to One Marketing* adalah pendekatan secara individual berdasarkan pemenuhan, contohnya antara lain kemampuan menyelesaikan masalah, kesigapan, kesopanan, keramahan dan pemberian hadiah. Selanjutnya, *Partnering Program* adalah hubungan kerja sama perusahaan dengan perusahaan penyedia produk/jasa lain dalam mengikat pelanggan di luar lini produk perusahaan, baik yang berada di dalam maupun di luar perusahaan, contohnya adalah melakukan kerja sama *event* promosi.

B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan yaitu :

- a. Lebih ditingkatkan lagi Fasilitas, Kenyamanan, Keamanan, Kebersihan, dan Profesionalitas Kerjanya agar mampu menjaga citra perusahaan di mata publik dan dapat bersaing dengan hotel- hotel lainnya yang ada di kota Pekanbaru

- b. Lebih menambah strategi *customer relations* agar dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal bagi perkembangan dan kemajuan hotel kedepan. Kemajuan perusahaan juga harus didukung dengan kinerja karyawan yang baik dan profesional, oleh karena itu faktor kedisiplinan dan keterampilan karyawan juga harus diperhatikan.
- c. Lebih ditingkatkan lagi komunikasi yang dilakukan kepada tamu yang datang terutama komunikasi tatap muka yang menjadi tiang komunikasi yang dapat meningkatkan kepuasan pada tamu hotel yang datang. Salah satu caranya dengan menambah jumlah karyawan yang diposisikan di *loby* hotel sehingga pelayanan dapat diberikan lebih maksimal lagi.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

