

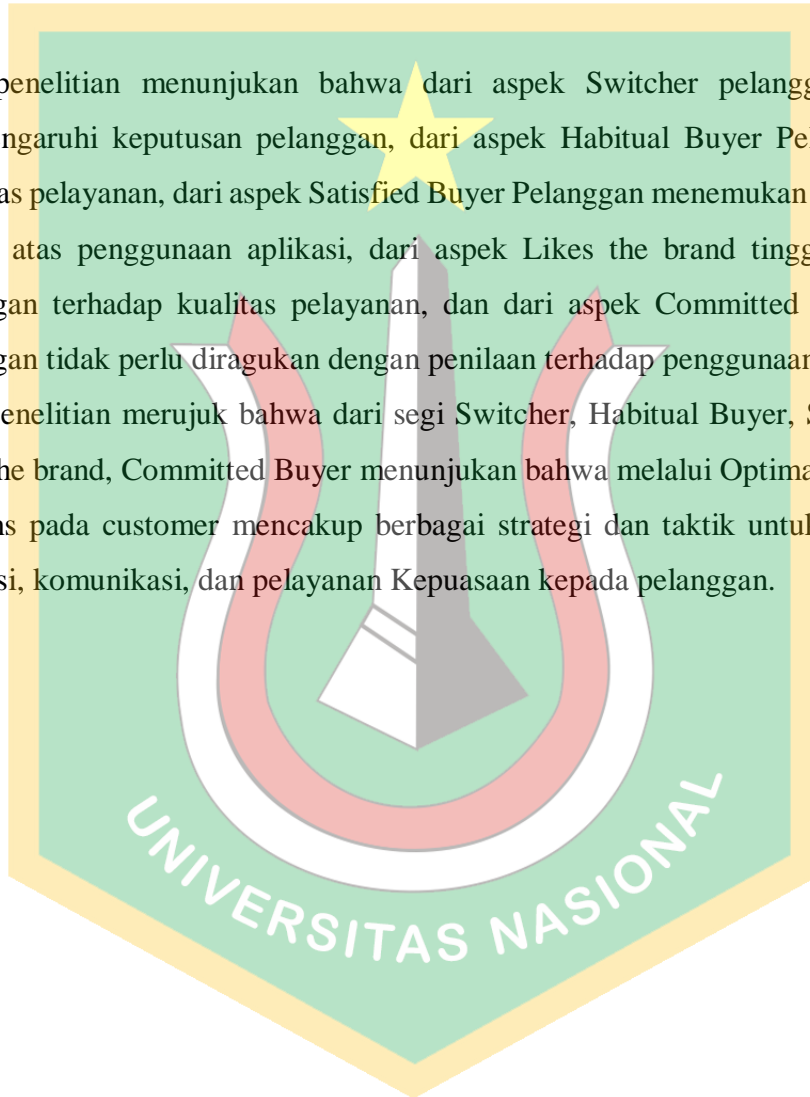
BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5. 1 Kesimpulan

Kesimpulan bahwa PT Uangme Indonesia telah melakukan Optimalisasi Customer relations sesuai dengan teori Kotler dan Keller untuk menumbuhkan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan yang meliputi ;

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek Switcher pelanggan tidak akan mempengaruhi keputusan pelanggan, dari aspek Habitual Buyer Pelanggan merasa puas atas pelayanan, dari aspek Satisfied Buyer Pelanggan menemukan kepuasan pada dirinya atas penggunaan aplikasi, dari aspek Likes the brand tingginya perspektif pelanggan terhadap kualitas pelayanan, dan dari aspek Committed Buyer loyalitas pelanggan tidak perlu diragukan dengan penilaian terhadap penggunaan aplikasi.
- Hasil penelitian merujuk bahwa dari segi Switcher, Habitual Buyer, Satisfied Buyer, Likes the brand, Committed Buyer menunjukkan bahwa melalui Optimalisasi Customer relations pada customer mencakup berbagai strategi dan taktik untuk meningkatkan interaksi, komunikasi, dan pelayanan Kepuasan kepada pelanggan.



5. 2 Saran

Adapun beberapa saran yang penulis ingin sampaikan berdasarkan kesimpulan diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Perlu meningkatkan peran *Customer Relations* dalam menumbuhkan kepuasan dan kepercayaan *Customer* atau nasabah Uangme Dalam memberikan layanan keuangan yang dapat diakses dengan mudah dan aman serta menjadi solusi pembiayaan berbasis digitalisasi.
2. *Customer Relations* lebih memastikan kembali, siap untuk merespons pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien, serta menyediakan layanan dukungan yang responsif dan profesional dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi potensi masalah yang dapat terjadi.
3. Dengan memprioritaskan hubungan yang baik dengan pelanggan atau nasabah, berikan jaminan bahwa data customer atau nasabah aman dan mereka terlindungi dengan baik dalam menjaga kepercayaan pelanggan Uangme dan mengutamakan keamanan data akan membantu membangun kepercayaan tersebut.

