

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang sudah diperoleh dari hasil kegiatan penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan oleh peneliti diatas, selanjutnya dalam hal ini peneliti mengambil kesimpulan bahwa dalam kegiatan Strategi *Public Relations* pada kegiatan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam membentuk *Brand Awareness* di FOX Harris Hotel Pangkalpinang, Bangka Belitung sendiri antara lain bahwa:

1. Strategi *Public Relations* yang diterapkan pada kegiatan *Customer Relationship Management* dalam membentuk *Brand Awareness* FOX Harris Hotel Pangkalpinang, Bangka Belitung dilakukan oleh tiga departemen, yaitu *Sales Department*, *Marketing & Branding Departement*, dan *Human Resource Departement*. Kegiatan tersebut dilakukan antara lain dengan melakukan kegiatan analisis SWOT, mengumpulkan data *Customer* yang akan dilakukan *Customers Relationship Management*, melakukan kegiatan *Customer Relationship Management* awal untuk menentukan *Customer* potensial, *Mapping Customer* yang akan dilakukan *Customer Relationship Management*, dan *Customer Retention* tamu potensial pada *Customer Relationship Management*.

2. *Feedback* dari kegiatan *Customer Relationship Management* FOX Harris Hotel Pangkalpinang, Bangka Belitung adalah menjadi terus teringat dengan FOX Harris Hotel sendiri, menjadi *customer* yang royal bagi FOX Harris Hotel, dan memperluas pasar dari FOX Harris Hotel Pangkalpinang, Bangka Belitung.
3. Pelaksanaan fungsi strategi *Public Relations* pada kegiatan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam membentuk *Brand Awareness* di FOX Harris Hotel Pangkalpinang, Bangka Belitung adalah dengan menciptakan *Recognition* berupa kegiatan CRM dalam tahap awal dengan pemberitahuan informasi yang dapat memberikan pengenalan merek kepada *customer*, *Recall* yaitu dengan kegiatan *maintenance* CRM kepada *customer* yang kurang berpotensi dengan pemberian informasi, promo, dan *event* sehingga sudah dapat memberikan pengenalan merek tanpa adanya bantuan dari pihak eksternal, dan yang paling tertinggi adalah *Top of Mind*, dimana dengan kegiatan CRM *maintenance* yang baik dan *reguraly* kepada *customer* yang berpotensi bagi internal FOX Harris Hotel Pangkalpinang, Bangka Belitung.

## **B. Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan kepada subjek penelitian yang berhubungan dengan *Public Relations* pada kegiatan *Customer Relationship Management* (CRM) membentuk *Brand Awareness* adalah antara lain:

1. Untuk kegiatan *Public Relations* sendiri diharapkan kedepannya dapat membuat suatu departemen khusus yang mengerjakan kegiatan mengenai kegiatan seorang *Public Relations*. Hal tersebut dikarenakan agar kegiatan *Public Relations* dapat saling terpadu dengan departemen yang berwenang, atau dapat dikatakan tidak terpecah belah dan membuat departemen lain yang mengerjakan fungsi khusus dari seorang *Public Relations* sendiri.
2. Mengenai kegiatan *Public Relations* dan kegiatan *Customer Relationship Management* diharapkan tetap dipertahankan dengan *service* yang sangat baik oleh FOX Harris Hotel Pangkalpinang, Bangka Belitung baik kepada tamu yang potensial dan tidak potensial.
3. Untuk kegiatan penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat mengkaji lebih lanjut mengenai kegiatan penerapan *Customer Relationship Management* disuatu instansi yang berbeda dan bagaimana unsur pendukung dan hambatan kegiatan *Customer Relationship Management* tersebut, serta dalam pembentukan *Brand Awareness* oleh instansi tersebut.