

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi *Community Relations* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Starcross, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut Starcross menggunakan strategi *Community Relations* yang berfokus pada pendekatan komunitas, melalui acara-acara yang melibatkan pelanggan, seperti *Wild Ground Fest*, dan kolaborasi dengan komunitas seperti komunitas skateboard dan musik. Hal ini menciptakan ikatan emosional yang kuat antara pelanggan dengan brand, meningkatkan rasa keterlibatan dan kebanggaan pelanggan terhadap Starcross.

Pelanggan merasa terhubung dengan Starcross melalui keterlibatan emosional, seperti perasaan bangga menggunakan produk yang berkualitas dan berpartisipasi dalam acara-acara komunitas yang diadakan oleh Starcross. Keterlibatan kognitif terjadi ketika pelanggan mendapatkan informasi produk secara komprehensif melalui media sosial dan layanan pelanggan yang memadai. Selain itu, keterlibatan sosial juga diperkuat melalui interaksi yang dibangun dalam komunitas yang didukung oleh Starcross Strategi kolaborasi dengan komunitas lokal memperkuat posisi Starcross di pasar Kolaborasi dengan komunitas lokal, terutama komunitas anak muda, menjadikan Starcross sebagai brand yang relevan dan dekat dengan pelanggan. Dengan memberikan fasilitas dan dukungan kepada komunitas, Starcross menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara brand dan komunitas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut strategi *Community Relations* di Starcross:

1. Memperluas jangkauan komunitas dan acara yang diselenggarakan
Starcross perlu terus mengembangkan jangkauan komunitas dan memperluas jenis acara yang diselenggarakan, tidak hanya terbatas pada musik dan skateboard, tetapi juga bidang lain yang relevan dengan target pasar mereka, seperti komunitas seni atau fashion streetwear. Ini akan memperkuat basis pelanggan dan menciptakan komunitas yang lebih luas.
2. Memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat keterlibatan
Penggunaan media sosial perlu terus ditingkatkan, baik dalam hal frekuensi maupun jenis konten yang lebih interaktif. Konten yang melibatkan partisipasi langsung dari pelanggan, seperti kompetisi desain produk atau testimoni pengguna, dapat mendorong keterlibatan kognitif dan emosional yang lebih dalam.
3. Meningkatkan pengalaman pelanggan melalui inovasi produk dan layanan
Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, Starcross harus terus berinovasi dalam hal kualitas produk dan memberikan pelayanan yang lebih personal dan eksklusif bagi pelanggan setianya. Program loyalitas berbasis komunitas juga bisa menjadi strategi yang efektif untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
4. Mengukur dampak dari setiap kegiatan *Community Relations* secara berkala
Perusahaan perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap dampak kegiatan

Community Relations yang dilakukan. Hal ini penting untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan masih relevan dan efektif, serta untuk melakukan penyesuaian atau perbaikan jika diperlukan.

