

BAB 3

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa program loyalitas adalah strategi pemasaran terstruktur yang dirancang oleh pedagang untuk mendorong pelanggan agar terus berbelanja di atau menggunakan layanan bisnis yang terkait dengan setiap program. Program ini ada mencakup sebagian besar jenis perdagangan, masing-masing memiliki berbagai fitur dan skema hadiah.

Dalam pemasaran secara umum dan eceran lebih spesifik, kartu loyalitas, kartu hadiah, kartu poin, kartu keuntungan, atau kartu klub adalah kartu plastik atau kertas, secara visual mirip dengan kartu kredit, kartu debit, atau kartu digital yang mengidentifikasi pemegang kartu sebagai peserta dalam program loyalitas. Kartu loyalitas (baik fisik dan digital) berhubungan dengan model bisnis loyalitas.

Penerimaan dan penyambutan tamu program loyalitas atau biasa di sebut *elite member* di Fairfield Marriott Surabaya pun memiliki beberapa tahapan yang dilakukan secara terstruktur dan teliti. Dilakukan dengan secara terintegritas berhubungan dengan seluruh departemen yang ada di hotel dan melewati beberapa tahap seperti pemeriksaan reservasi, pemeriksaan kamar, dan persiapan segala pernik – pernik yang akan digunakan.

Penerimaan dan penyambutan tamu program loyalitas atau biasa di sebut *elite member* di Fairfield Marriott Surabaya pun memiliki beberapa tahapan yang dilakukan secara terstruktur dan teliti. Dilakukan dengan secara terintegritas berhubungan dengan seluruh departemen yang ada di hotel

1.2 Saran

Menurut penulis mekanisme penanganan tamu program loyalitas yang ada di Fairfield By Marriott Surabaya sudah cukup bagus dalam menangani dan memenuhi kebutuhan tamu selama menginap. Terutama pada sistem yang telah memudahkan dalam penyelesaian kerjaan, akan lebih baik jika koordinasi antar departemen lebih ditingkatkan agar tidak terjadi kesalahpahaman.

BAB 3

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa program loyalitas adalah strategi pemasaran terstruktur yang dirancang oleh pedagang untuk mendorong pelanggan agar terus berbelanja di atau menggunakan layanan bisnis yang terkait dengan setiap program. Program ini ada mencakup sebagian besar jenis perdagangan, masing-masing memiliki berbagai fitur dan skema hadiah.

Dalam pemasaran secara umum dan eceran lebih spesifik, kartu loyalitas, kartu hadiah, kartu poin, kartu keuntungan, atau kartu klub adalah kartu plastik atau kertas, secara visual mirip dengan kartu kredit, kartu debit, atau kartu digital yang mengidentifikasi pemegang kartu sebagai peserta dalam program loyalitas. Kartu loyalitas (baik fisik dan digital) berhubungan dengan model bisnis loyalitas.

Penerimaan dan penyambutan tamu program loyalitas atau biasa di sebut *elite member* di Fairfield Marriott Surabaya pun memiliki beberapa tahapan yang dilakukan secara terstruktur dan teliti. Dilakukan dengan secara terintegritas berhubungan dengan seluruh departemen yang ada di hotel dan melewati beberapa tahap seperti pemeriksaan reservasi, pemeriksaan kamar, dan persiapan segala pernik – pernik yang akan digunakan.

Penerimaan dan penyambutan tamu program loyalitas atau biasa di sebut *elite member* di Fairfield Marriott Surabaya pun memiliki beberapa tahapan yang dilakukan secara terstruktur dan teliti. Dilakukan dengan secara terintegritas berhubungan dengan seluruh departemen yang ada di hotel

1.2 Saran

Menurut penulis mekanisme penanganan tamu program loyalitas yang ada di Fairfield By Marriott Surabaya sudah cukup bagus dalam menangani dan memenuhi kebutuhan tamu selama menginap. Terutama pada sistem yang telah memudahkan dalam penyelesaian kerjaan, akan lebih baik jika koordinasi antar departemen lebih ditingkatkan agar tidak terjadi kesalahpahaman.