

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan data serta hasil yang telah didapatkan. Berikut kesimpulan yang diperoleh, yaitu :

1. Strategi Customer Engagement Herbalife yang telah digunakan melalui beberapa point fitur WhatsApp yaitu, Status Profile Rings, Group Chat, Personal Chat, dan Bio WhatsApp.
2. Interaksi yang telah dilakukan cukup membantu para customer Liezza Club menerima lebih banyak informasi disetiap promo harga produk Herbalife dan informasi tentang gaya hidup sehat.
3. Digital Marketing yang telah dilakukan dalam memasarkan produk sudah cukup dipraktekkan sehingga menjadi sebuah keputusan yang lebih akurat dengan menggunakan fitur-fitur yang terdapat di media sosial WhatsApp seperti jangkauan target pasar secara luas serta membangun interaksi dengan calon customer baru atau customer tetap.
4. Adanya pelayanan yang telah dilakukan bertujuan untuk membuat para customer nyaman dan membuka dirinya untuk dekat dengan nutrisi club ini, tidak ragu membuat customer tidak jenuh dan melakukan repeat order terhadap produk.
5. Maka hal tersebut secara professional dapat meningkatkan customer, menjadi sebuah nutrisi club yang memiliki keistimewaan tersendiri, salah satunya yaitu menawarkan berbagai produk dari Herbalife dengan kualitas dan pelayanan yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mendapatkan hasil Analisa yaitu ada beberapa hal yang telah dilakukan oleh nutrisi club Liezza Club seperti melakukan interaksi dengan calon customer dan customer tetap melalui fitur WhatsApp Status Profile Rings, Group Chat, Personal Chat, dan Bio WhatsApp. Kemudian hal lainnya seperti memerikan informasi tentang kesehatan maupun kegiatan yang dilakukan oleh Liezza Club seperti, Postingan sarapan pagi, makan siang, snack yang dimakan, dan kompetisi kecil “Slim Marathon” telah dilakukan dengan cukup baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat membantu, membangun serta bertujuan untuk memperbaiki kekurangan seperti lebih sering dilakukan giveaway ataupun kegiatan lainnya untuk mencegah rasa jenuh dari para customer serta untuk menarik perhatian calon customer dan customer tetap nutrisi club ini, jangka waktu disaat mengadakan kompetisi kecil dan giveaway tidak terlalu lama. Lebih sering lagi menciptakan interaksi rutin kepada para customer ataupun calon customer baru. Adapun pelayanan mentoring dikembangkan lagi dengan cara lainnya untuk memastikan para customer merasa senang dan puas atas produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun hubungan baik dan interaksi sehingga dapat meningkatkan customer. Selain itu saran lain yang diberikan perlu dimaksimalkan kembali dalam digital marketing pada media sosial yang digunakan

