BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan dianalisa pada bab IV, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Besarnya pengaruh antara **Tujuan** Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Kepuasan Pelanggan** Bisnisnya adalah **cukup berarti** bahwa pelanggan merasa ada yang puas dan tidak puas terhadap tujuan yang disampaikan oleh "*Customer Care* dan **signifikan.** Hal ini disebabkan bahwa *"Customer Care"* mampu memberikan arahan yang tepat dan sesuai mengenai tujuan PT.PLN (Persero) DISJAYA AP Condet kepada pelanggan bisnisnya sehingga pelanggan bisnis dapat merasakan kepuasan.
2. Besarnya pengaruh antara **Rencana** Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Kepuasan Pelanggan** Bisnisnya adalah **cukup berarti** bahwa pelanggan merasa ada yang puas dan tidak puas terhadap rencana yang disampaikan oleh "*Customer Care* dan **signifikan**. Hal ini menunjukan bahwa *"Customer Care"* mampu menyampaikan rancangan yang akan dilaksanakan dengan waktu sosialisasi yang diberikan sehingga dapat terciptanya sebuah konsep pelaksanaan rencana yang disusun sedemikian rupa untuk terciptanya kepuasan pelanggan.

3. Besarnya pengaruh antara **Kegiatan** yang disampaikan Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Kepuasan Pelanggan** Bisnisnya adalah **cukup berarti** bahwa pelanggan merasa ada yang puas dan tidak puas terhadap kegiatan "*Customer Care"* dan **signifikan**. Hal ini menunjukan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh "Customer Care" cukup memberikan kepuasan bagi pelanggan bisnisnya. Bentuk kegiatan yang dilakukan oleh "Customer Care " dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan bisnis dengan cara meningkatkan materi layanan dan aktivitas kegiatan.
4. Besarnya pengaruh antara **Pesan** yang disampaikan Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Kepuasan Pelanggan** Bisnisnya adalah hubungan yang **kuat** bahwa pelanggan merasa puas terhadap pesan yang disampaikan oleh "Customer Care" dan **signifikan**. Hal ini menunjukan bahwa inti dari sebuah komunikasi adalah pertukaran pesan yang berarti bahwa kejelasan isi pesan , dimana ada dua pihak yang berinteraksi antara komunikan dan komunikator, dalam hal ini antara "Customer Care dan pelanggan bisnis. Pesan yang disampaikan oleh "Customer Care" mampu memberikan daya tarik tersendiri bagi pelanggan bisnisnya, pesan tersebut dapat mengandung arti pesan yang informative dan

persuasive yang ditunjang dengan gaya penyampain pesan dari "Customer Care" yang berguna untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan bisnis.

5. Besarnya pengaruh antara **Media** yang digunakan Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Kepuasan Pelanggan** Bisnisnya adalah **hubungan yang rendah tapi pasti** bahwa pelanggan merasa sangat tidak puas terhadap penggunaan media elektronik dan cetak namun penggunaa media tersebut menuju arah yang pasti dan **signifikan.** Hal ini disebabkan media penyampaian pesan yang digunakan oleh "Customer Care" baik itu berupa media cetak dan elektronik mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan bisnisnya ditunjang dengan frekuensi penggunaan media dan keragaman media sehingga tidak menyusahkan pelanggan dalam menerima informasi.
6. Besarnya pengaruh antara **Strategi** Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Tujuan** dari Pelanggan Bisnisnya adalah **hubungan yang cukup berarti** bahwa pelanggan merasa ada yang puas dan tidak puas terhadap Tujuan pelayanan yang diberikan oleh "Customer Care" dan **signifikan**. Hal ini disebakan alasan yang jelas dari kedatangan pelanggan bisnis sehingga maksud dari kedatangan pelanggan bisnis dapat dilayani oleh petugas "Customer Care".

7. Besarnya pengaruh antara **Strategi** Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap Ketersediaan **Produk** Bagi Pelanggan Bisnisnya adalah **cukup berarti** bahwa pelanggan merasa ada yang puas dan tidak puas terhadap produk yang ditawarkan oleh "*Customer Care* dan **signifikan.** Layana Produk berupa barang dan jasa yang disedikan oleh PT.PLN (Persero) DISJAYA AP Condet harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan bisnisnya. Namun hal tersebut juga harus ditunjang dengan fasilitas pelayanan yang diberikan serta diimbangi dengan sarana dan prasarana yang disediakan
8. Besarnya pengaruh antara **Strategi** Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Nilai Produk** Bagi Pelanggan Bisnisnya adalah hubungan **cukup berarti** bahwa pelanggan merasa ada yang puas dan tidak puas terhadap nilai produk yang diberikan oleh "*Customer Care* dan **signifikan.** Hal ini disebabkan bahwa produk layanan yang ditawarkan menyebabkan munculnya suatu nilai pelayanan dimata pelangganya.
9. Besarnya pengaruh antara **Strategi** Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Harapan** Pelanggan Bisnisnya adalah hubungannya **cukup berarti** bahwa pelanggan merasa ada yang puas dan tidak puas terhadap harapan yang diberikan oleh "*Customer Care* dan **signifikan**. Hal ini menunjukan bahwa menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan

kepuasan pelanggan, pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Suatu Kualitas pelayanan merupakan kualitas yang dihubungkan dengan harapan pelanggan dan memuaskan pelanggan.

10. Besarnya pengaruh antara **Strategi** Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Kebutuhan dan Keinginan** Pelanggan Bisnisnya adalah hubungan **cukup berarti** bahwa pelanggan merasa ada yang puas dan tidak puas terhadap kebutuhan dan keinginan yang diberikan oleh "*Customer Care* dan **signifikan**. Pada dasarnya kebutuhan dari pelanggan adalah kejelasan dan kepastian tentang informasi dan ketentuan yang ada yang didasri oleh kekuatan hati dan pemikiran untuk dihargai oleh petugas *"Customer Care"*.
11. Besarnya pengaruh antara **Strategi** Humas PT. PLN (Persero) DISJAYA AP Condet Melalui Kegiatan *"Customer Care"* Terhadap **Kepuasan Pelanggan** Bisnisnya adalah **hubungan yang kuat** dan **signifikan**. Hal ini menunjukan adanya pengaruh yang kuat melalui kegiatan *"Customer Care"*sehingga pelanggan merasa puas.

5.2. Saran

Mengingat bahwa sebuah penelitian harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun instansi atau pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Maka saran yang peneliti kemukakan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut :

5.2.1 Saran bagi Instansi

1. Berdasarkan hasil penelitian ini yang berkaitan denga media, bahwa pelanggan belum merasakan kepuasan terhadap penggunaan media elektronik (website) dan cetak (brosur), maka dari itu *Customer Care* harus proaktif dalam menyampaikan program-program dan layanan produk yang ditawarkan dan memperbanyak jenis penggunaan media seperti banner karena mudah dilihat oleh pelanggan dan dapat segera dibaca oleh pelanggan yang datang.
2. *Customer Care* tugas utamanya adalah melayani pelanggan. Dalam melayani pelanggan dibutuhkan sebuah komunikasi yang baik dan kepribadian yang baik, ramah, murah senyum dalam menghadapi pelanggan yang berbeda-beda karakter. Untuk itu perlu diadakan sebuah pelatihan kepribadian agar mampu melayani konsumen dengan ramah, penuh senyum dalam situasi apapun serta mengetahui cara menghadapi pelanggan

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

1. Jika akan melakukan penelitian sebaiknya sebelum penelitian di mulai kita lebih dulu mengenal atau mengadakan observasi ke perusahaan yang akan dijadikan tempat penelitian, sehingga penelitian kita lebih mudah dilaksanakan dan kita lebih memahami arah penelitian kita sehingga mempermudah dalam penyusunan skripsi.
2. Mahasiswa yang melaksanakan penelitian skripsi diharapkan dapat mengikuti aturan-aturan yang berlaku dalam setiap perusahaan dan universitas.
3. Mahasiswa harus dapat bekerja sama dengan baik dengan pihak-pihak yang telibat dalam penelitian ini.