

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari berbagai data yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa: Layanan Call Center (X) mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebanyak 0,650 (65%). Persentase ini memiliki arti bahwa variabel bebas yaitu Layanan Call Center (X) dan variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penelitian ini memiliki korelasi yang kuat, sebab memiliki rentang nilai antara 0,60 – 0,799.

Indikator estetika berupa keahlian pegawai dalam berkomunikasi merupakan hal penting dari hasil penelitian ini. Alasannya terdiri atas dua bagian. Pertama, pegawai tetap damai melayani keluhan, kritik, dan saran dari pelanggan. Yang dimaksud dengan damai yang dimiliki pegawai ialah sikap sabar, tabah, tenang, serta intonasi suara yang tetap merdu (baik) saat melayani pelanggan. Dengan sikap tersebut, pelanggan dengan sendirinya memiliki *feedback* positif berupa hilangnya amarah, menjernihkan anggapan buruk, memperbaiki kesalahpahaman, serta merekatkan kembali hubungan perusahaan terhadap pelanggan.

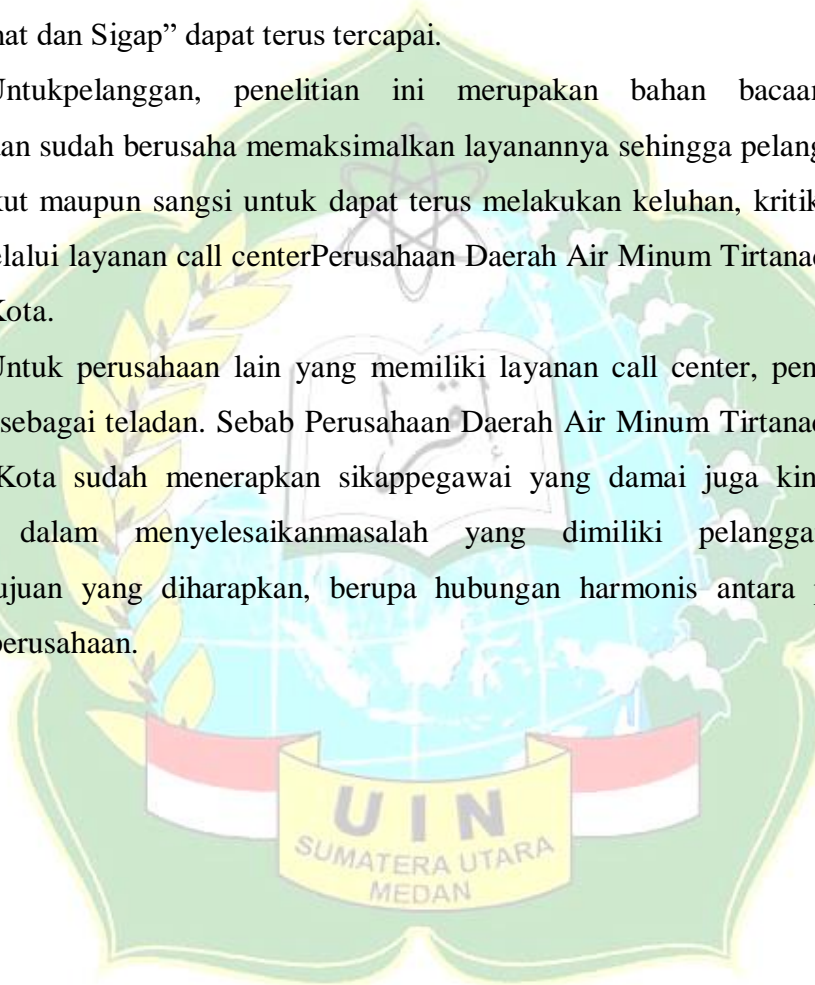
Lalu, sebab kedua ialah pegawai selalu berupaya memperbaiki masalah pelanggan dalam waktu paling singkat yaitu satu hari, dan waktu paling lama ialah satu minggu. Dapat terlihat jelas bahwa layanan call center yang pegawai lakukan terhadap penyelesaian masalah pelanggan sangat mencerminkan visi Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi, yaitu “Memberikan Layanan yang Sehat dan Sigap”. Ini berarti tujuan perusahaan dalam melayani pelanggan sudah tercapai dengan cukup baik.

## B. Saran

Dari hasil penelitian, saran yang diberikan peneliti ialah: Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota dapat terus mempertahankan komunikasi pegawai yang damai pada layanan call center sehingga memberikan pengaruh berupa *feedback* positif terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, perusahaan dapat terus mempertahankan maupun mempercepat durasi perbaikan masalah pelanggan agar tujuan perusahaan yang berbunyi “Memberikan Layanan yang Sehat dan Sigap” dapat terus tercapai.

Untuk pelanggan, penelitian ini merupakan bahan bacaan. Sebab perusahaan sudah berusaha memaksimalkan layanannya sehingga pelanggan tidak perlu takut maupun sangsi untuk dapat terus melakukan keluhan, kritik, maupun saran melalui layanan call center Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota.

Untuk perusahaan lain yang memiliki layanan call center, penelitian ini berguna sebagai teladan. Sebab Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Cabang Medan Kota sudah menerapkan sikap pegawai yang damai juga kinerja yang optimal dalam menyelesaikan masalah yang dimiliki pelanggan sehingga tercipta tujuan yang diharapkan, berupa hubungan harmonis antara pelanggan dengan perusahaan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, P. K. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Angrumsari M. (2009). *Pengaruh Kepuasan dan Kualitas Pelayanan Call Center Terhadap Loyalitas Nasabah Bank*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 24(2), 207-2015 doi:10.35760/eb.2019.v24i2.1910
- Barata, A. A. (2003). *Dasar - Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo Gramedia.
- Colombo, G. (2001). *Strategi Radikal Pemasaran dan Penjualan di Dunia Maya* . Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Denny, R. (2006). *Communicate To Win*. Jakarta: PT gamedia Pustaka Utama.
- Faules, R. P. (2006). *Komunikasi Organisasi Strategi meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Griffin, J. (2005). *Costumer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Hadjar, I. (1996). *Dasr - Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Harun, Risdayani (2016). *Pengaruh Pelayanan Costumer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah KCP Sungguminasa*. (Skripsi UIN Alauddin Makassar)Diakses dari <http://repository.uin-alauddin.ac.id> 04 september 2021
- Indrajit, R. E. (2006). *Harus Bisa Beyond Expectation*. *Majalah Marketing*, No.02/VI/Februari/2006 Retrieved April 10, 2021
- J.Setiadi, N. (2003). *PERILAKU KONSUMEN konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: PRENADA MEDIA.
- J.Supranto. (1997). *METODE RISET Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- K.Susilo, Z. (1996). *Penyambung Lidah Konsumen*. Jakarta: PUSPA SWARA.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaean Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: salemba Empat.
- Nasution. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Salim, S. d. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Schiffman's, S. (1996). *Sukses dengan TELEMARKEETING*. Jakarta: PT Pustaka Delaptrasa.
- Searle, J. (1968). *Speech Art: Essay In The Philosophy Of Languange*. Cambridge University Press.
- Second, R. H. (1972). *The Explanation Of Social Behavior* . Tutowa.
- Simonson, R. K. (2002). Earning the Right to Indulge: Effort as a Determinant of Costumer Preferences Toward Frequency Program Rewards. *Journal of Markerting Research* , 155- 170.
- Sodik, S. S. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekata Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Subagja, A.D. & Hanifah (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB Cabang Subang. *Jurnal Administrasi* 1(2) 148-158 doi:10.37950/ijd.v1i2.16
- Susana, Tjuju (2003). Air Sebagai Sumber Kehidupan. Volume XXVIII, Nomor 3: 17-25. [www.oseanografi.lipi.go.id](http://www.oseanografi.lipi.go.id)
- Pratiwi M.C(2009). Pengaruh Costumer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan”(Studi Tentang Pelayanan Customer Service Kepada Pelanggan di Plasa Telkom Karanganyar untuk menciptakan kepuasan pelanggan). (Skripsi, Universitas Semarang, 2009) Diakses dari <https://digilib.uns.ac.id> 04 september 2021
- Tracy, R. T. (1983). *Conversational Coherence Form, Structure and Strategy*. Sage.
- Tresnati, R. (2007). Call Center sebagai Alat Komunikasi Pemasaran di Abad ke-21. 191.
- Valerie A.Zeithaml, M. J. (2009). *Services Marketing: Integrated Costumer Focus Across The Firm, Fifth Edition*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Vanderstoep, S.W. and Johnston, D.D. (2009). *Research Method For Everyday Life Blending Qualitative and Quantitative Approaches*. San Francisco: Josssey-Bass



Van Riel, C. B. (2007). *Essential Corporate Communication*. London: Routledge.

Wardhana, W.A. (1999). *Dampak Pencemaran Lingkungan*. Andi Offset Yogyakarta.

<https://manfaat.co.id/manfaat-call-center>. (n.d.). Retrieved April 15, 2021

<https://pdamtirtanadi.co.id/>. (n.d.). Retrieved April 17, 2021

Titanadi, P. D. (2017). diambil dari Brosur Golongan Pelanggan Medan, Mei 18 2021

