

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai tingkat keterampilan komunikasi *customer service* di PT. Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti keterampilan komunikasi menunjukkan hasil yang tinggi dimana hasil jawaban responden terhadap angket yang diberikan meliputi indikator *respect*, *empathy*, *audible*, *humble*. Indikator *clarity* berada pada kategori terendah diantara indikator lainnya.
2. Gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan di PT. Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini berarti tingkat kepuasan pelanggan di PT. Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung sangat tinggi walaupun belum mencapai titik maksimal. Untuk mencapai titik maksimal PT. Kereta Api Indonesia harus melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan
3. Dari hasil uji hipotesis didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari keterampilan komunikasi *customer service* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung. Hal ini artinya semakin baik keterampilan komunikasi *customer service*, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat indikator terendah dari masing masing variabel X dan variabel Y. maka terdapat saran yang dapat diberikan penulis yaitu:

1. Berdasarkan gambaran tentang tingkat keterampilan komunikasi *customer service* di PT. Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung, yang menunjukkan hasil tinggi secara keseluruhan, namun dengan indikator *clarity* berada pada

kategori terendah, berikut adalah beberapa saran untuk meningkatkan keterampilan komunikasi *customer service*:

- a. Pelatihan keterampilan komunikasi, lakukan pelatihan khusus yang berfokus pada pengembangan keterampilan komunikasi, terutama dalam hal clarity. Latih para *customer service* untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan terstruktur agar mudah dipahami oleh pelanggan.
- b. *Role play*, adakan sesi role play di mana para *customer service* dapat berlatih berinteraksi dengan pelanggan dalam berbagai situasi, termasuk situasi yang membutuhkan clarity dalam penjelasan.
- c. Supervisi dan umpan balik, berikan umpan balik secara rutin kepada para *customer service* mengenai performa mereka dalam hal komunikasi. Bantu mereka untuk memahami area-area yang perlu ditingkatkan dan berikan panduan yang jelas untuk memperbaiki kekurangan tersebut.
- d. Menggunakan bahasa yang sederhana, ajarkan para *customer service* untuk menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan, hindari penggunaan kata-kata teknis atau jargon yang mungkin membingungkan.
- e. Latih empati, selain keterampilan komunikasi verbal, penting juga untuk mengajarkan para *customer service* untuk mengembangkan empati terhadap pelanggan. Dorong mereka untuk mendengarkan dengan baik, mengerti perasaan dan kebutuhan pelanggan, dan memberikan respon yang empatik.
- f. Monitoring layanan, lakukan pemantauan secara berkala terhadap layanan *customer service* untuk mengidentifikasi masalah atau area yang memerlukan perbaikan. Jika diperlukan, lakukan analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.
- g. Jadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama, tanamkan pentingnya kepuasan pelanggan kepada seluruh tim customer service. Dorong mereka untuk selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dan memahami bahwa komunikasi yang baik adalah kunci untuk mencapai tujuan ini.
- h. Dukungan manajemen, pastikan bahwa manajemen mendukung upaya perbaikan keterampilan komunikasi *customer service*. Manajemen harus memberikan sumber daya yang cukup, serta memberikan apresiasi dan penghargaan atas upaya meningkatkan kualitas layanan.

Dengan mengimplementasikan saran-saran di atas, diharapkan keterampilan komunikasi *customer service* di PT. Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung dapat meningkat secara keseluruhan, termasuk indikator *clarity* yang sebelumnya berada pada kategori terendah. Hal ini akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan.