

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari penjelasan yang sudah diuraikan di atas mengenai penilaian kualitas pelayanan pada divisi *Customer Experience* PT Media Sarana Data (GMEDIA), maka penulis akan mengemukakan beberapa hal yang dapat disimpulkan. Berangkat dari dua tujuan penulisan tugas akhir ini, terkait bagaimana pelayanan divisi *Customer Experience* PT Media Sarana Data (GMEDIA) dan pengukuran kualitas pelayanan melalui dimensi kualitas pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) PT Media Sarana Data (GMEDIA).

*Pertama*, pelayanan divisi *Customer Experience* PT Media Sarana Data (GMEDIA) telah tercantum pada deskripsi pekerjaan divisi *Customer Experience* yaitu menjadi perantara antara perusahaan dan pelanggan, melakukan *visit* pelanggan secara rutin, membantu pelanggan dalam mengetahui kebutuhan layanan, melakukan pendekatan personal dengan pelanggan, membantu pelanggan dalam proses administratif, serta membantu pelanggan dalam penanganan masalah yang berkaitan dengan layanan.

*Kedua*, kualitas pelayanan pada PT Media Sarana Data (GMEDIA) yang diukur menggunakan dimensi kualitas pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) yang diadopsi dari Parasuraman dalam Anggraini (2021) adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik)

Penampilan karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) yang rapi dan profesional menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap kinerja karyawan yang bertugas sehingga pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan.

2. *Reliability* (keandalan)

Karyawan dapat menangani masalah dengan baik, memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, dan memberikan informasi layanan dengan baik sehingga menimbulkan kepuasan pada layanan yang diberikan. Akan tetapi, kemampuan karyawan dalam menangani masalah perlu ditingkatkan karena sebagian pelanggan merasa karyawan kurang mengerti permasalahan yang ada.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Karyawan merespon pelanggan dengan cepat tanggap, siap dalam menjawab pertanyaan pelanggan, dan proaktif dalam membantu masalah pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan pada layanan yang diberikan. Akan tetapi, kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi dan menangani masalah perlu ditingkatkan karena beberapa masalah yang sulit dan rumit memerlukan waktu lebih lama untuk diselesaikan.

4. *Assurance* (jaminan)

Karyawan bersikap sopan saat berkomunikasi dengan pelanggan, teliti dalam melakukan pelayanan, dan memberikan dukungan kepada pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan pada layanan yang diberikan.

Akan tetapi, dukungan kepada pelanggan perlu ditingkatkan karena sifat dan karakter setiap karyawan berbeda-beda sehingga pengalaman dari beberapa pelanggan yang dilayani oleh karyawan A akan berbeda dengan pelanggan lain yang dilayani oleh karyawan B.

5. *Empathy* (empati)

Karyawan memberikan perhatian secara pribadi, simpatik dan bertanggung jawab, membuat pelanggan merasa istimewa, dan dapat menyesuaikan waktu kunjungan dengan baik sehingga menimbulkan kepuasan pada layanan yang diberikan. Akan tetapi, pemberian perhatian kepada pelanggan perlu ditingkatkan karena beberapa pelanggan belum merasa menerima perhatian tersebut dari karyawan yang bertugas.

## **B. Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran pada PT Media Sarana Data (GMEDIA) :

1. Menjaga dan mempertahankan penampilan karyawan yang rapi dan profesional (aspek *tangible*) agar terus membuat pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan.
2. Meningkatkan kemampuan karyawan dalam menangani masalah (aspek *reliability*) dengan memberikan pelatihan dan sosialisasi yang berfokus pada bidang teknis yang dapat membantu karyawan untuk lebih mengerti akan masalah-masalah yang dihadapi oleh pelanggan.
3. Meningkatkan kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi dan menangani masalah (aspek *responsiveness*) dengan memberikan pengertian kepada pelanggan jika masalah yang dihadapi

cenderung sulit dan rumit sehingga diperlukan waktu yang lebih lama untuk menyelesaikannya.

4. Meningkatkan dukungan karyawan kepada pelanggan (aspek *assurance*) dengan memberikan pelatihan kepada semua karyawan agar setiap dukungan yang dilakukan akan tersampaikan secara baik oleh pelanggan.
5. Meningkatkan pemberian perhatian kepada pelanggan (aspek *empathy*) dengan memastikan bahwa setiap pelanggan menerima perhatian yang sama. Akan tetapi tetap disesuaikan dengan sifat dan karakter dari pelanggan agar tidak menimbulkan persepsi buruk pelanggan kepada karyawan.