

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Komunikasi antarpersonal dalam layanan informasi rumah yang dilakukan oleh customer service perusahaan PT. Propertindo Jaya Bersama dengan para customer baik yang belum membeli hingga yang sudah membeli rumah sangat penting untuk dilakukan. Pada tahap menaruh perhatian, Komunikasi antarpersonal digunakan oleh para informan untuk mencari tahu informasi lebih dalam tentang hunian rumah yang diiklankan oleh PT. Propertindo Jaya Bersama. Komunikasi antarpersonal customer service dalam proses layanan informasi rumah akan menghantarkan customer atau calon pembeli merasa tertarik dengan hunian rumah tersebut.

Pelayanan informasi rumah menjadi sarana membangun komunikasi antarpersonal customer service PT. Propertindo Jaya Bersama dengan para customer yang tertarik menanyakan seputar rumah. Komunikasi antarpersonal dapat meningkatkan hubungan yang baik antar keduanya, mengurangi ketidakpastian terhadap sesuatu dalam hal ini informasi rumah yang diiklankan oleh perusahaan dan menciptakan kesadaran akan kebutuhan yang aktif terhadap informasi seputar rumah seperti kebenaran akan iklan rumah tersebut, pengurusan berkas-berkas rumah hingga keputusan customer membeli rumah yaitu proses serah terima kunci dari perusahaan kepada customer yang membeli hunian rumah. Pertukaran informasi satu sama lain akan menghasilkan feedback yang saling menguntungkan, dalam hal ini adalah customer service PT. Propertindo Jaya Bersama dengan para customer nya.

Beberapa kendala yang terjadi dalam proses pelayanan informasi rumah, menjadikan komunikasi atarpersonal sangat dibutuhkan oleh profesi pekerjaan yaitu customer service, kendala tersebut dapat diatasi dengan baik. Pelayanan informasi rumah yang diberikan oleh customer service menghantarkan para informan untuk menentukan pilihan dan membeli hunian rumah dari PT. Propertindo Jaya Bersama. Kepuasan konsumen akan terlihat, dari para customer

tertarik menghubungi customer service, tetap bertahan dalam proses pengurusan berkas kepemilikan rumah hingga para informan seperti Bpk. Agus, Ibu Denis Rahmawati hingga Bpk. Rama yang memutuskan untuk tetap membeli hunian rumah dari PT. Propertindo Jaya Bersama.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran untuk peneliti yang melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan komunikasi antarpersonal secara akademis dapat meneliti lebih lanjut kepada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sehingga menarik untuk diteliti, kemudian melakukan pengaruh tayangan iklan rumah PT. Propertindo Jaya Bersama terhadap tingkat minat beli konsumen, Strategi Marketing Office dalam mengokohkan nama perusahaan PT. Propertindo Jaya Bersama pada customer, strategi komunikasi pemasaran PT. Propertindo Jaya Bersama dalam meningkatkan minat beli hunian rumah, selanjutnya diharapkan akan ada penelitian yang meneliti tentang pola komunikasi karyawan PT. Propertindo Jaya Bersama dalam meningkatkan motivasi bekerja dan keberhasilan mencapai target perusahaan.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Melakukan komunikasi antarpersonal yang baik memanglah cukup sulit, jika ingatan sebelumnya telah dialami dan melekat di diri pribadi, namun bukankah lebih menyenangkan jika komunikasi antarpersonal dilakukan dengan orang baru yang belum pernah berkomunikasi dengan diri kita. Banyak problem yang sering terjadi dalam proses komunikasi antarpersonal baik dari customer service kepada customer maupun sebaliknya, tetapi akan terlihat indah jika hal tersebut telah diselesaikan dengan baik karena satu sama lain akan saling membutuhkan komunikasi dan kebutuhan informasi.