

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil bahwa peran komunikasi antarpribadi yang terbentuk antara *customer relations officer* dengan pelanggan disebabkan karena adanya proses komunikasi yang setiap hari berlangsung antara *customer relations officer* dengan pelanggan. Peran komunikasi antarpribadi di Daihatsu Narogong dalam menyelesaikan *miscommunication* adalah proses pengenalan di Daihatsu Narogong yang menjadi langkah awal dalam membangun komunikasi lebih terbuka *customer relations officer* dan pelanggan dalam menyelesaikan keluhan *miscommunication*. Lalu, pembinaan hubungan proses yang penting karena akan menjaga kepercayaan pelanggan. Daihatsu Narogong menunjukkan keseriusan dan komitmen yang tinggi dalam memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui rangkaian strategi yang terfokus. Salah satu langkah utama dalam mencapai tujuan ini yaitu dengan mengadakan acara *customer gathering* yang disusun dengan baik dan mengadakan diskon setiap bulannya untuk servis maupun pembelian unit.

Dalam menyelesaikan *miscommunication* pelayanan di Daihatsu Narogong penting adanya kedekatan (*intimacy*) karena melibatkan pertukaran perasaan, pikiran, dan pengalaman yang lebih pribadi pelanggan dengan *customer relations officer*. Lalu, proses pemutusan hubungan (*termination*) dengan diadakannya pemutusan hubungan dalam pelayanan mampu menyelesaikan *miscommunication* karena ini dapat membantu mencegah *miscommunication* yang berlarut-larut. Konteks kualitas pelayanan komunikasi antarpribadi, berbagai komponen seperti kehandalan, respon cepat, jaminan, perhatian individu, bukti fisik menjadi inti dari strategi pelayanan yang diimplementasikan di Daihatsu Narogong.

5.2 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi bahan acuan, data, dan informasi yang dapat digunakan untuk keperluan penelitian mendatang, khususnya bagi peneliti yang tertarik untuk membahas mengenai khususnya bagi peneliti yang tertarik untuk membahas mengenai peran komunikasi antarpribadi dalam menyelesaikan *miscommunication* pelanggan dalam pelayanan *customer relations officer* di Daihatsu Narogong. Penulis ini berharap bahwa penelitian ini mampu mendorong dan memotivasi peneliti selanjutnya untuk mengadakan penelitian dengan tema serupa tetapi berfokus pada peran komunikasi antar pribadi dalam menyelesaikan *miscommunication* dalam pelayanan *customer relations officer* dan melakukan penelitian ini dengan lebih mendalam dan lebih baik dari penelitian ini.

2. Bagi Daihatsu Narogong

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi bahan acuan data, dan informasi yang dapat digunakan. Dengan adanya penelitian ini, Daihatsu untuk memahami cara menyelesaikan *miscommunication* dan meningkatkan komunikasi antarpribadi dengan pelanggan. *Customer relations officer* (CRO) dengan melalui pemahaman yang mendalam tentang permasalahan *miscommunication*, dengan melakukan pengembangan keterampilan komunikasi antarpribadi yang lebih baik, mengatur pengembangan keterampilan komunikasi antarpribadi yang lebih baik.