# BAB VI
# KESIMPULAN DAN SARAN

## A. Kesimpulan

Berdasarkan dari tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan model komunikasi *customer service* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan kartu Halo di GraPARI Telkomsel Raden Intan dan menganalisis model komunikasi *customer service* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan kartu Halo di GraPARI Telkomsel Raden Intan diketahui hasil temuan di lapangan dengan beberapa metode, di antaranya wawancara, observasi dan dokumnetasi maupun dengan melakukan tahap-tahap dimana data terus diolah dan dianalisa maka dapat disimpulkan bahwa telah ditemukan model komunikasi *customer service* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan kartu Halo di GraPARI Telkomsel Raden Intan dan jika dikaitkan dengan teori yang digunakan peneliti, yaitu teori komunikasi interpersonal, hasil penjelasannya sebagai berikut:

1. Model komunikasi yang telah diberi asumsi awal oleh peneliti adalah Model komunikasi Laswell dan hasil dari analisis mendapati bahwa model yang digunakan sama dengan asumsi awal yaitu model komunikasi Laswell.

2. Dilihat dari unsur-unsur daripada pertanyaan-pertanyaan model komunikasi Laswell didapati bahwa perrtanyaan *Who* merajuk kepada *customer service* sebagai komunikator. *Says What* yaitu pesan yang disampaikan adalah pesan dari komunikator yaitu *customer service* yang menjelaskan terkait produk kartu Halo yaitu sistem pembayarannya, tarif pembayaran maupun kekurangan dan kelebihannya. *In Which Channel* yaitu media yang digunakan oleh *customer service* berupa brosur yang mempunyai tujuan untuk membantu *customer service* dan memudahkan pelanggan. *To Whom* atau kepada siapa. Kepada siapa siapa yang dimaksud ditujukan untuk komunikan yaitu pelanggan kartu Halo. Dan terakhir *With What Effect* adalah pengaruh atau efek yang diterima oleh pelanggan dan efeknya adalah rasa puas atau loyalitas dari pelanggan kartu Halo.
3. Hasil lain dari model komunikasi yang didapat dari anaisis dalam penelitian ini *customer service* GraPARI Telkomsel raden Intan juga menggunakan model komunikasi S-R (Stimulus-Respon) dimana model komunikasi ini menggunakan alur proses aksi reaksi. Setelah mendapat stimulus atau pesan yang diberikan oleh komunikator yaitu *Customer service* yang memberikan pesannya melalui penjelasan mengenai kartu Halo kepada pelanggannya. Setelah itu pelanggan kartu Halo mendapat respon yaitu efek dari stimulus yang diberikan oleh *customer service*. Respon tersebut adalah rasa puas atau loyalitas dari pelanggan kartu Halo.

## B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data yang diperoleh pada penelitian mengenai analisis model komunikasi *customer service* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan kartu Halo di GraPARI Telkomsel Raden Intan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut :

1. Kepada customer service di seluruh Gerai Telkomsel khususnya GraPARI Telkomsel Raden Intan untuk menciptakan inovasi-inovasi baru demi meningkatkan daya tarik bagi pelanggan dan dapat tercipta hubungan baik antara pelanggan dengan *customer service* dan GraPARI Telkomsel Raden Intan.
2. Kepada seluruh pelanggan kartu Halo untuk selalu memperhatikan dan memberikan saran kepada *customer service* dan GraPARI Telkomsel Raden Intan apabila ada kekurangan- kekurangan agar dapat lebih baik lagi untuk kedepanya bagi *customer service* dan GraPARI Telkomsel Raden Intan.
3. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian yang sama diharapkan untuk dapat lebih memperluas lagi pembahasan-pembahasan tentang model komunikasi. Mengingat model komunikasi digunakan agar menghasilkan proses komunikasi yang baik dalam kehidupan sehari-hari.