BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

1. Peran customer service bagian dalam meningktkan tumpuan dekat PT Balai Citra lestari diperuntukkan atau ditunjukkan menjelang mengikhlaskan sakinah pelanggan, memintasi tumpuan yang bertingkat yang bisa mengiyakan tekad dan tujuan pelanggannya.
2. Hambatan-sandungan yang dialami customer service yaitu Ada sejumlah bagian yang teristiadat bergegas dibenahi, seumpama sandungan komputer yang terbatas, sehingga seringkali menjabat surah yang berbuntut depan pemahaman klise terhadap peservis yang sah konsumen. Di faktor lain, PT Balai Citra Lestari duga mengamalkan penciptaan dan penciptaan kepada menazamkan kesentosaan dan kesenangan konsumen berbelanja kondisi tahap finishing bibit kantor yang semakin tamam dan berkualitas.

1.2 Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian pada PT. Balai Citra Lestari memiliki beberapa saran mengenai pelayanan yang diberikan oleh customer service, yaitu:

1. Hendaknya PT. Balai Citra lestari lebih mempergiat kekuatan dana konsumen sehingga bisa membangunkan selera konsumen menjelang

mengabdikan perlengkapan-perlengkapan PT. Balai Citra peram tempo dan merelakan panduan lebih nyaman bilang konsumen. Karena setiap konsumen yang berekor-ekor tambah PT. Balai Citra Lestari tidak semata-mata menyaksikan dana tetapi juga butuh menyimpan perlengkapan yang muara dan menjanjikan.

2. Pengadaan kemudahan dan pendidikan peservis nasabah melantas ditingkatkan karena kontribusian peservis nasabah sangat penting dan menjadikan jalur papar praktik bagian dalam perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2005. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Prenada Media.

Beekum, Rafik. 2004. Etika Bisnis Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

Finch, Llyod dan Ruslan, Rosady. 2001. Manajemen humas dan manajemen kominikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Iriantara, Yosal. 2004. Manajemen strategis Public Relations. PT. Ghalia Indonesia.

Hasan, Iqbal. 2002. Pokok-Pokok Meateri Metodologi Penelitian Dan Aplikasi. Bogor: Ghalia Indonesia.

Kasmir. 2005. Etika Customer Service. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kasmir. 2016. *Customer Service Excellent*. Depok: Pt. Raja Grafindo.

Kotler, Philip. 2009. Manajemen pemasaran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip Dan Armstrng, Gary. 2014. Prinsip-Prinsip Manajemen. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Moleong J Lexy. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Muhadjir, Neong. 1998. Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Raka Barasir.

Moenir. 2008. Manajemen Pelayanan Umum. Jakarta: Bumi Aksara.

Nirwana. 2004. Pinsip-Prinsip Pemasaran Jasa. Malang: DIOMA

Sugiono. 2006. Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R & D. Bandung: Alfabeta.

Sukardi. 2008. Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Prakteknya. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Supardi. 2005. Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis. Jakarta: UII Press Yogyakarta Anggota Ikapi.

Suyitno, Tanzeh. 2006. Dasar-dasar Penelitian Cetakan Pertama. Surabaya: Elkaf

Sinambela. 2008. Reformasi Pelayanan Publik. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabet.

Tjiptono, fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2006. Pemasaran Jasa. Malang: Banyumedia *Publishing.*

Tjiptono, Gregorius. 2016. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Wawan, A., & Dewi, M. (2010). Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia. Yogyakarta : Nuha Medika.