

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dari hasil penelian dan pengamatan yang di lakukan peneliti tentang strategi komunikasi kualitas pelayanan 212 Mart dalam meningkatkan kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Langkah-langkah komunikasi yang diterapkan oleh 212 Mart pada dasarnya adalah proses yang dilakukan secara langsung. kegiatan pelayanan 212 Mart di mulai dari proses seleksi standar pelayanan produk. seleksi standar pelayanan dilakukan sesuai dengan kriteria yang telah menjadi ketentuan pelayanan berdasarkan TQM (Total Quality Management) sehingga kualitas pelayanan akan sesuai tujuan. setelah melakukan penyeleksian kualitas, untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal memberikan kepuasan pada konsumen maka dilakukan program promosi dan juga peningkatan etika karyawan 212 Mart.
2. Upaya 212 Mart dalam meningkatkan kepuasan konsumen terdapat beberapa faktor pendukung seperti adanya kepercayaan dan kesempatan yang diberikan kepada masyarakat untuk ikut berperan aktif memberikan kritik dan saran terhadap pelayanan yang diberikan. sedangkan faktor penghambat adalah pola pikir konsumen yang sulit untuk diubah karena pemahaman terhadap 212 Mart sangat kurang.

## **B. Saran**

Berdasarkan pengamat peneliti secara langsung, maka beberapa saran yang akan disampaikan diantaranya:

1. Bagi pihak 212 Mart untuk kedepan bisa lebih baik lagi dalam memberikan pelayannya terhadap konsumen agar meningkatkan kepuasan konsumen
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat meneruskan penelitian terkait strategi komunikasi pelayanan tetapi dengan tema yang berbeda.