

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang sudah di jelaskan pada bab-bab sebelumnya mengenai Komunikasi Antar Pribadi Barista di Starbucks Metropolitan Mall Bekasi dalam mempertahankan kepuasan pelanggan maka penulis mendapat kesimpulan bahwa:

- a) Komunikasi Antar Pribadi yang diterapkan oleh Starbucks Metropolitan Mall Bekasi berhasil mencapai keberhasilan dalam menjaga kepuasan pelanggan. Starbucks mampu mengimplementasikan komunikasi yang efektif, termasuk penerapan model Two Ways Symmetrical dengan sangat baik. Tingkat kenyamanan pelanggan terhadap pelayanan dan fasilitas yang disediakan mencerminkan keberhasilan strategi komunikasi ini. Penelitian juga mencatat bahwa pesan yang disampaikan oleh Starbucks Metropolitan Mall Bekasi kepada pelanggan berjalan lancar, menciptakan hubungan yang positif antara keduanya.
- b) Proses komunikasi interpersonal antara barista dengan pelanggan diawali dengan adanya pola komunikasi yang interaktif dengan mengembangkan pendekatan dengan sikap dan etika yang ditunjukkan dalam membantu dan memberi rekomendasi terhadap pelanggan dalam kesulitan memilih menu ataupun kesulitan lainnya. Barista Starbucks Mall Metropolitan Bekasi juga melakukan pendekatan dengan melakukan story telling.
- c) Sikap barista dalam melakukan komunikasi interpersonal terhadap pelayanan pelanggan mengedepankan pelayanan prima dengan mengembangkan pendekatan humanistik, yang meliputi keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan sehingga dapat membangun kepuasan beserta komunikasi yang efektif.
- d) Pola komunikasi interpersonal antara barista dengan pelanggan dalam

penelitian ini bahwa barista Starbucks Mall Metropolitan Bekasi menggunakan komunikasi verbal terlihat dari segi penampilan barista yang rapi, kalimat tutur kata yang terucap ketika melakukan pelayanan dan juga berupa sambutan terhadap pelanggan yang baru datang. Barista juga menggunakan komunikasi non verbal yang terlihat dari gerakan tangan saat menjelaskan yang menunjukkan bahwa barista menghargai pelanggan.

- e) Perspektif pelanggan terhadap barista Starbucks Mall Metropolitan Bekasi dengan perspektif positif, dan menunjukkan bahwa barista Starbucks Mall Metropolitan Bekasi berhasil dalam menciptakan kepuasan dari pelanggan yang berkunjung dan menguasai komunikasi verbal dan non verbal. Perspektif positif yang dimaksud terkait dengan komunikasi non verbal yaitu barista dengan menunjukkan sikap dan sifat memperlakukan pelanggan dengan baik, dan penampilan yang rapi. Kemudian dari sisi komunikasi verbal barista mampu menunjukkan keterampilan berkomunikasi, memperlakukan pelanggan secara friendly dan penuh perhatian bahkan tidak membedakan pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan.

## 5.2 Saran

- a) Starbucks Metropolitan Mall Bekasi perlu memastikan kelangsungan reputasi baiknya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Ini akan mendukung pemertahanan kepuasan pelanggan terhadap produk Starbucks Coffee dalam jangka panjang. Memelihara hubungan positif dengan pelanggan juga dapat meningkatkan kepuasan bahkan menarik pelanggan baru untuk mencoba dan merasakan pengalaman unik konsumsi produk Starbucks.
- b) Untuk memperkuat kepuasan pelanggan, Starbucks Metropolitan Mall Bekasi disarankan untuk terus berinovasi. Pengembangan inovatif dalam pelayanan dan produk dapat menciptakan pengalaman yang segar dan menarik bagi pelanggan. Dengan berinovasi secara konsisten, Starbucks dapat mempertahankan daya saingnya di pasar dan memastikan bahwa kepuasan pelanggan terus menjadi fokus utama. Berharap agar Starbucks

Metropolitan Mall Bekasi dapat mempertahankan reputasi baiknya dalam pelayanannya terhadap pelanggan, sehingga dalam waktu jangka panjang akan terus mempertahankan kepuasannya terhadap produk Starbucks Coffee. Hal ini juga dapat mempertahankan pelanggan terhadap produk dari Starbucks Mall Metropolitan bahkan bisa menarik pelanggan baru untuk dapat ikut merasakan pengalaman mengonsumsi produk dari Starbucks Mall Metropolitan.

