

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang sudah di jelaskan pada bab-bab sebelumnya mengenai Strategi Komunikasi Starbucks *Coffee* Pekayon Bekasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan maka penulis mendapat kesimpulan bahwa :

- a. Strategi komunikasi yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh Starbucks *Coffee* Pekayon Bekasi telah berhasil dalam rencananya mengimplementasikan strategi komunikasi utamanya melalui komunikasi efektif serta penerapan komunikasi dua arah atau two ways symetrical dengan sangat baik.

Karena penulis melihat bahwa pelanggan merasa benar-benar merasa nyaman dengan pelayanan serta fasilitas yang diberikan oleh Starbucks *Coffee* Pekayon Bekasi. penulis juga melihat bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator ke pelanggan dapat berjalan dengan baik, terciptanya pula hubungan baik antara komunikator Starbucks Pekayon Bekasi dengan pelanggannya. Namun Penulis menilai bahwa terdapat beberapa kendala yang dilakukan oleh Starbucks Pekayon Bekasi dalam menyampaikan strategi komunikasi, yaitu kurangnya jumlah karyawan yang bekerja setiap harinya dalam Starbucks *Coffee* Pekayon Bekasi, sehingga beberapa karyawan harus merangkap dalam melakukan pekerjaannya.

- b. Pemanfaatan Media yang digunakan oleh Starbucks Pekayon Bekasi sangat mempengaruhi tingkat penjualan. Didalam media tersebut dicantumkan dengan sangat jelas serta rinci informasi apa saja yang dimiliki Starbucks *Coffee* yang akan disebarakan oleh pelanggannya.

Terutama pada media sosial Instagram, Pihak Starbucks *Coffee* selalu update informasi setiap harinya mengenai promo apa saja yang ada di hari itu, diulang secara terus menerus sehingga pelanggan dengan mudah untuk mendapatkan informasi.

5.2 Saran

- a. Penulis berharap agar Starbucks *Coffee* Pekayon Bekasi dapat mempertahankan reputasi baiknya dalam pelayanannya terhadap pelanggan, sehingga dalam waktu jangka panjang akan terus mempertahankan loyalitasnya terhadap produk Starbucks *Coffee*. Hal ini juga dapat mempertahankan pelanggan yang sudah loyal terhadap produk dari Starbucks bahkan bisa menarik pelanggan baru untuk dapat ikut merasakan pengalaman mengkonsumsi produk dari Starbucks *Coffee*.
- b. Penulis berharap agar Starbucks *Coffee* Pekayon Bekasi terus berinovasi dalam upaya untuk membuat strategi baru yang lebih ampuh dalam strategi komunikasi yang berbeda dan juga bisa mendapatkan antusias pelanggan dengan tujuan agar dapat menimbulkan rasa loyalitas pelanggan terhadap Starbucks *Coffee* Pekayon Bekasi.