



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai analisis personal selling di *service sector* melalui barista Starbucks Coffee Binus Alam Sutera dalam menciptakan customer engagement, peneliti dapat menarik beberapa simpulan.

Barista Starbucks Coffee Binus Alam Sutera memiliki pendekatan *personal selling* (Kotler, 2010) sebagai metode penjualan umumnya. Terdiri dari tujuh langkah yang melibatkan barista mulai dari menilai dan memilih *customers*, melakukan pra-pendekatan, pendekatan, presentasi dan demo, mengatasi penolakan, penutupan transaksi penjualan hingga follow-up untuk memastikan adanya kepuasan dari pihak *customers*, proses personal selling ini terbukti efektif bagi Starbucks Coffee Binus Alam Sutera dalam menarik *customer* baru dan juga menjaga loyalitas *regular customers* karena terciptanya *customer engagement*.

Proses *personal selling* yang digunakan oleh barista kepada *customers* membantu dalam hal membangun hubungan serta memahami lebih baik kebutuhan serta keinginan masing-masing *customers*. Barista Starbucks Coffee Alam Sutera berperan sebagai *salespeople* dan telah memiliki pelatihan intensif tidak hanya dalam bidang membuat kopi namun juga dalam bidang *customer relations* yang didapatkan dari *weekly*

training module yang harus diikuti sesuai jenjangnya serta uji praktek yang dinilai oleh para *supervisor* untuk memastikan bahwa para barista mengikuti standar pelayanan yang telah diajarkan. Berdasarkan hal tersebut, para Barista Starbucks Coffee Binus Alam Sutera merasa antusias dan terus ingin belajar dan menambah informasi mengenai brand Starbucks dan menambah ilmu mereka di bidang kopi dan *customer service* sehingga dapat terus senantiasa mengasah kemampuan mereka tidak hanya dalam membuat minuman namun juga dalam berinteraksi dan menjaga hubungan baik dengan *customers* sehingga timbul *customer engagement* dari *regular customer* yang terus menerus ingin kembali ke Starbucks Coffee Binus Alam Sutera.

Barista harus dapat mengidentifikasi siapa saja *customersnya*, bagaimana *preference* para *customer*, seberapa besar *buying power* mereka ketika *customer* datang, barista pun dapat mengumpulkan *products to suggest* dengan lebih mudah. Bagi Starbucks Coffee Binus Alam Sutera, tujuan dari adanya *personal selling* ini adalah yang pertama untuk mengedukasi customer tentang apa saja yang bisa mereka dapatkan di Starbucks Coffee dan yang kedua baru memastikan adanya transaksi penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, peneliti dapat memberi kesimpulan bahwa barista Starbucks Coffee Binus Alam Sutera menggunakan proses *personal selling* sebagai landasan untuk membangun hubungan dengan *customer* baru dan

memahami keinginan dan kebutuhannya sehingga mereka merasa puas akan pelayanan yang didapat sehingga terciptalah *customer engagement* dan akan tergerak untuk menjadi *customer* yang loyal dan akan terus kembali ke Starbucks coffee Binus Alam Sutera.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran yaitu:

5.2.1 Saran Akademis

Kurangnya penelitian mengenai proses personal selling dan peran para pegawai sebagai personal seller serta bagaimana proses personal selling tersebut dapat membantu terciptanya *customer engagement* menjadi salah satu kesulitan tersendiri bagi penulis dalam mengulas lebih lanjut. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meelakukan penelitian lebih dalam terhadap topik ini. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan landasan lain yang lebih spesifik dan cocok untuk memahami serta mengukur tingkat *customer engagement* itu sendiri agar praktisi PR dapat menentukan juga apakah tingkat *customer engagement* yang diinginkan dapat tercapai dengan adanya proses personal selling ini.

5.2.2 Saran Praktis

Sebagai franchise coffeeshop yang memiliki landasan kurikulum serta pelatihan yang terstruktur bagi para baristanya dalam kegiatan

operasional serta interaksi dengan para customernya, Starbucks Coffee Binus University Alam Sutera diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas personal selling yang dilakukan serta mengimplementasikan nilai-nilai yang tercakup dalam Five Ways of Being sebagai acuan setiap tindakan serta perilakunya ketika menghadapi customer.

