



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan besarnya pengaruh komunikasi interpersonal barista Starbucks terhadap kepuasan pelanggan Starbucks Mall @ Alam Sutera., Tangerang Selatan. Untuk menjawab pertanyaan tersebut ditemukan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini terdapat adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Komunikasi interpersonal barista yang mencakup tentang keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung, dan sikap positif dalam pelayanan Starbucks berpengaruh sebesar 13,9% terhadap kepuasan pelanggan.

Barista tidak sepenuhnya memberikan kepuasan kepada pelanggan hanya dengan kualitas komunikasi tetapi juga karena fasilitas yang diberikan oleh Starbucks sendiri kepada pelanggannya.

Dari penelitian diatas, dapat diketahui bahwa komunikasi interpersonal barista Starbucks berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5.2 Saran

Saran akademis untuk penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian menyerankan untuk penelitian-penelitian selanjutnya menggunakan metode kuasi eksperimen. Metode ini bertujuan untuk memperkirakan kondisi eksperimen murni dalam keadaan tidak memungkinkan untuk mengontrol dan memanipulasi semua variable yang relevan
2. Menambahkan variabel menjadi lebih banyak dari penelitian ini
3. Analisis data bisa menggunakan Path atau diskriminan

Saran praktis untuk penelitian ini, yaitu:

1. Starbucks atau *coffee shop* lainnya perlu untuk terus mengembangkan dan meningkatkan keterampilan komunikasi barista. Terutama dalam hal keterbukaan yang dapat dilihat dari hasil penelitian ini menunjukkan kurangnya dimensi keterbukaan yang diberikan oleh barista kepada pelanggannya.
2. Secara berkala diadakan *training* kepada barista untuk dapat meningkatkan kualitas komunikasi yang dianggap penting.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA