

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penulis melakukan penelitian ini yang berjudul “*Gaya Komunikasi Penyeduh Teh Rahaju dalam meningkatkan penjualan*” dengan studi deskriptif kualitatif. Penulis menggunakan penelitian kualitatif karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Gaya Komunikasi *Penyeduh teh* dengan *customers* dalam meningkatkan penjualan Teh Rahaju. Selain itu untuk mengetahui hambatan- hambatan apa yang dihadapi dalam melaksanakan gaya komunikasi serta komunikasi interpersonal penyeduh teh pada melayani *customers*.

Setiap *Penyeduh Teh* mempunyai gaya komunikasi yang sama dalam memenuhi kebutuhan *customer*. Penyeduh teh harus bisa menerima masukan dari orang lain yang berupa kritik dan saran yang beragam. Proses gaya komunikasi antara penyeduh teh dengan *customers* dimulai dengan pemberian *greeting* oleh penyeduh teh dan diakhiri dengan kesepakatan mengenai menu ketika yang akan dipesan. Dalam pelayanan lainnya, penyeduh teh mampu melakukan interaksi yang baik dengan *customers*, menggunakan bahasa yang formal, tidak menyinggung perasaan *customers* dan selalu menjunjung tinggi apa yang sudah diterapkan gaya komunikasi pada Rahaju *Tea House*.

Dalam memenuhi harapan *customers* Penyeduh teh perlu memperhatikan beberapa hal seperti sikap empati penyeduh teh kepada *customers*, serta bagaimana sikap

penyeduh teh menanggapi *customers* apabila mengalami masalah yang sedang dihadapi oleh *customers* tersebut. Jadi tujuan nya dari ke 4 (empat) gaya komunikasi ini diterapkan oleh penyeduh teh karena kemampuan tersebut akan membentuk loyalitas *customers* dan meningkatkan penjualan. penerapan konsep ini untuk menambah interaksi dengan *customers* dalam berkomunikasi bersama penyeduh teh.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang penulis berikan pada saat penelitian telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk Penyeduh Teh Rahaju Tea House, Perlu mempertahankan kedekatan dengan *customers* serta penerapan elemen gaya komunikasi lainnya agar kedekatan komunikasi antara penyeduh teh dan *customers* semakin terbagun guna untuk meningkatkan penjualan agar setiap *customers* yang datang merasa puas, dari kepuasan tersebut maka diharapkannya akan menciptakan pasar yang lebih luas.
2. Untuk para akademisi dan pembaca, penulis berharap pada penelitian selanjutnya dapat memperkaya penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan sebagai referensi.