

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis mengenai Interaksi sosial Barista dan pelanggan sebagai bentuk Hospitality di kedai kopi Nirbana Saestu Kota Bekasi, penulis melakukan penarikan kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Terdapat 2 faktor yang terdapat dalam interaksi sosial antara Barista dan pelanggan di kedai kopi Nirbana Saestu. Kedua faktor tersebut adalah Identifikasi, dan Simpati. Baik Barista dan pelanggan, keduanya saling menempatkan dirinya sebagai teman. Sehingga mendorong sebuah rasa simpati yang timbul ketika keduanya saling berkomunikasi.
- 2) Pada interaksi sosial antara Barista dan pelanggan Nirbana Saestu, terdapat 4 karakteristik Hospitality utama. Karakteristik itu adalah; Intangibility, Immovability, Simultaneity, dan Heterogeneity.
- 3) Pelanggan Nirbana Saestu merespons dengan perasaan yang puas dan senang akan pelayanan yang mereka dapatkan melalui Hospitality berupa interaksi. Pelanggan juga dengan sukarela memberikan balasan kepada Barista berupa makanan yang dibagikan. Serta niat untuk terus berkunjung.

## 5.2 Saran

Penelitian ini telah menemukan bahwa, sebuah interaksi dapat menjadi sebuah bentuk pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, terdapat sebuah karakteristik pada setiap interaksi yang terjadi antara seorang Barista dan pelanggannya. Berdasarkan pernyataan di atas, maka penelitian ini membuahakan beberapa saran, yakni:

- 1) Bagi para pelaku Bisnis kedai kopi, baik pemilik maupun Barista, agar dapat meningkatkan pelayanannya dalam usaha mempertahankan dan menarik pelanggan. Terutama dalam hal berkomunikasi, dan membangun hubungan dengan pelanggannya.
- 2) Bagi para peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan akan topik yang serupa, diharapkan agar dapat menggali berbagai karakteristik Hospitality yang terdapat pada sebuah interaksi sosial.