

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui tentang strategi komunikasi persuasif *sales call* dalam membangun loyalitas konsumen di hotel Aveon Yogyakarta. Melalui data yang diperoleh dari wawancara langsung bersama sales dan sales coordinator. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan komunikasi persuasif dalam kegiatan *sales call* menggunakan teknik komunikasi persuasif. Dimana teknik yang digunakan adalah teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red-herring*.

Teknik asosiasi dengan menciptakan komunikasi dengan trend atau topik yang sedang menarik perhatian khalayak seperti yang sedang viral pada awal pembicaraan agar konsumen mau untuk menanggapi awalan sebuah komunikasi sales dengan pembicaraan yang kemudian dilanjutkan dengan penawaran produk.

Teknik integrasi biasanya digunakan pada konsumen yang sudah memiliki hubungan yang akrab dengan sales. Dimana pada teknik ini sales akan menyamai nasib dengan konsumen sehingga akan membangun hubungan emosional antara sales dan konsumen.

Teknik tataan, dilakukan oleh sales pada penataan diri saat bertemu dengan klien yang terdiri dari Penampilan diri yang rapih dan profesional, senyum, bahasa

tubuh, dan etikan komunikasi, cara berbicara dan penyampaian Informasi, Membawa materi presentasi yang lengkap, adaptasi dengan situasi dan gaya konsumen, akhiri dengan kesan profesional. Dengan penampilan diri yang rapih dan profesional, sales hotel Aveon menunjukkan kesiapannya untuk bertemu dengan calon konsumen dan penampilan ini juga mencerminkan kualitas hotel Aveon.

Teknik *red-herring*, dilakukan sales Hotel Aveon untuk mengalihkan komplain dan penolakan oleh konsumen. Sales yang berhasilkan mengalahkan argumentasi lemah konsumen akan menambah nilai transaksi. Penerapan teknik ini menghasilkan bentuk loyalitas konsumen yang lebih bersifat emosional dan relasional. Konsumen merasa dihargai secara personal dan lebih terhubung secara emosional dengan brand. Loyalitas yang terbentuk bukan hanya karena faktor rasional seperti harga atau fasilitas, tetapi karena adanya pengalaman komunikasi yang menyenangkan dan empatik. Teknik *red herring* terbukti cukup efektif dalam softening objections atau menurunkan resistensi pelanggan secara halus. Dengan mengarahkan fokus ke hal-hal positif dan emosional, konsumen cenderung tidak terpaku pada kekurangan atau kendala yang ada. Namun, teknik ini perlu diterapkan secara etis dan strategis, karena jika dilakukan berlebihan atau tidak tepat konteks, justru bisa menimbulkan kesan manipulatif.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi persuasif dalam aktivitas sales call yang dilakukan oleh Hotel Aveon Yogyakarta dalam membangun loyalitas konsumen, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peningkatan Kompetensi SDM Sales

Diharapkan pihak manajemen hotel dapat memberikan pelatihan yang berkelanjutan kepada tim sales, khususnya dalam hal keterampilan komunikasi persuasif, teknik negosiasi, dan pemahaman terhadap karakteristik tiap segmen pasar. Hal ini penting agar setiap sales call dapat dilakukan secara lebih efektif dan berorientasi pada pembentukan hubungan jangka panjang.

2. Pemanfaatan Teknologi untuk Mendukung Sales Call

Disarankan agar Hotel Aveon Yogyakarta dapat memanfaatkan teknologi pendukung seperti CRM (Customer Relationship Management), aplikasi presentasi interaktif, atau platform komunikasi daring untuk meningkatkan efisiensi dan daya jangkauan aktivitas sales call, terutama di era digital saat ini.

3. Pengembangan Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini terbatas pada pendekatan kualitatif dan hanya melibatkan satu sisi perspektif, yaitu dari pihak internal hotel. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar dapat melibatkan konsumen sebagai responden guna mengetahui persepsi langsung terhadap komunikasi persuasif yang

dilakukan, serta menggunakan pendekatan kuantitatif agar hasilnya lebih terukur secara statistik.