KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek Starbucks Coffee secara keseluruhan sudah baik karena sebagian besar indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa pelanggan setuju. Maka dapat dikatakan bahwa citra merek Starbucks Coffee sudah baik.
2. Kepercayaan merek pada Starbucks Coffee secara keseluruhan sudah baik karena sebagian besar indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa pelanggan setuju. Maka dapat dikatakan bahwa kepercayaan merek pada Starbucks Coffee sudah baik.
3. Tingkat loyalitas pelanggan terhadap Starbucks Coffee secara keseluruhan dapat dikatakan tinggi.
4. Terdapat pengaruh yang positif antara citra merek dan loyalitas pelanggan.
5. Terdapat pengaruh yang positif antara kepercayaan merek dan loyalitas pelanggan.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, dapat diperoleh beberapa pertimbangan saran yang dapat diberikan oleh peneliti. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

   a. Penilaian terhadap citra merek dengan nilai terendah adalah "mengkonsumsi Starbucks Coffee membuat saya merasa percaya diri". Oleh karena itu, Starbucks Coffee diharapkan dapat meningkatkan citra mereknya agar konsumen merasa percaya diri ketika mengkonsumsi produk Starbucks Coffee.

   b. Penilaian terhadap kepercayaan merek dengan nilai terendah adalah "Starbucks Coffee tidak pernah mengecewakan konsumen". Pihak Starbucks Coffee diharapkan dapat memberikan layanan dan kualitas yang memuaskan kepada para konsumennya dan selalu berusaha memenuhi kebutuhan konsumen agar para konsumen tidak merasa kecewa terhadap Starbucks Coffee.

   c. Penilaian terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai terendah adalah "saya akan berkomitmen terhadap Starbucks Coffee walaupun terjadi kenaikan harga". Oleh karena itu, pihak Starbucks Coffee diharapkan berhati-hati dalam menentukan harga atas produk yang dijual dan bisa memberikan kelebihan yang tidak dimiliki oleh kedai kopi lain agar konsumen tetap berkomitmen mengkonsumsi Starbucks Coffee walaupun terjadi kenaikan harga.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel lain, seperti kualitas layanan, promosi, dan lain sebagainya sehingga dapat menghasilkan fakta baru yang dapat berguna bagi banyak orang.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.