**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang diberikan Starbucks Coffe di Mall Green Pramuka Square kepada konsumen secara keseluruhan dapat dikatakan baik hal ini bias dilihat dari indikator untuk mengukur kualitas produk menunjukkan rata-rata konsumen menjawab setuju.
2. Kualitas layanan yang diberikan Starbucks Coffe di Mall Green Pramuka Square secara keseluruhan sudah dapat dikatakan baik karena sebagian besar indikator kualitas layanan yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan menunjukkan bahwa konsumen setuju.
3. Konsumen Starbucks Coffe di Mall Green Pramuka Square sudah dapat dikatakan puas terhadap kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan oleh Starbucks Coffe di Mall Green Pramuka Square.
4. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Apabila kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat juga.
5. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Apabila kualitas layanan yang diberikan meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat juga.
6. **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti peroleh melalui uji penelitian yang dilakukan pada Bab 4, dapat diperoleh beberapa pertimbangan saran yang dapat diberikan oleh peneliti. Adapun yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
2. Manajemen Starbucks Coffe harus terus meningkatkan Produk agar dapat membuat Pelanggan merasa lebih puas untuk membeli produk Starbucks Coffe Mall Green Pramuka Square.
3. Manajemen Starbucks Coffee harus terus meningkatkan Kualitas Layanan agar dapat membuat pelanggan merasa lebih puas untuk kembali menggunakan layanan Starbucks Mall Green Pramuka Square.
4. Untuk Kepuasan Pelanggan Starbucks Mall Green Pramuka Square sudah dikatakan baik. Oleh karena itu Starbucks Coffee perlu mempertahankan Kualitas Layanan.
5. Manajemen Starbucks juga harus mengikuti struktur yang telah dibuat dan yang mungkin akan di rekomendasikan oleh pelanggan.
6. Bagi peneliti selanjutnya
   1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain seperti promosi, harga, dan bauran pemasaran yang mempengaruhi Kualitas Layanan.
   2. Penelitian selanjutannya diharapkan dapat mengganti model penelitian menggunakan variabel mediasi (intervening) yang dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.