



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Simpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, pengalaman merek, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Starbucks di Jakarta Pusat, maka kesimpulan yang diperoleh adalah:

1. Konsumen mempersepsikan bahwa kualitas produk Starbucks sudah baik.
2. Konsumen mempersepsikan bahwa pengalaman merek Starbucks sudah baik.
3. Konsumen mempersepsikan bahwa citra merek Starbucks sudah baik.
4. Konsumen memiliki intensitas pembelian tinggi, akan kembali untuk membeli produk Starbucks, dan juga berkomitmen untuk membeli produk merek Starbucks dalam jangka waktu panjang.
5. Terdapat bukti bahwa ada pengaruh positif antara kualitas produk terhadap perilaku pembelian.
6. Terdapat bukti bahwa ada pengaruh positif antara pengalaman merek terhadap perilaku pembelian.
7. Terdapat bukti bahwa ada pengaruh positif antara citra merek terhadap perilaku pembelian.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, maka perusahaan harus senantiasa menjaga agar kualitas produk Starbucks tetap baik sehingga konsumen tetap mengonsumsi Starbucks.
- b. Perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas produk dengan tetap mempertahankan kualitas Starbucks yang memiliki cita rasa yang berbeda dengan produk lain agar konsumen tetap memutuskan selalu membeli produk Starbucks.
- c. Walaupun kualitas produk sudah baik, pengalaman merek yang diciptakan sudah baik, serta citra merek yang ada sudah baik, Starbucks harus tetap mewaspadai munculnya banyak pesaing baru atau pesaing lama yang sudah ada.
- e. Mempertahankan kualitas produk, pengalaman merek, serta citra merek yang sudah baik agar tetap intensif dalam melakukan pembelian produk Starbucks dan tidak berpindah ke merek lain.

2. Bagi pihak lain yang ingin meneliti

Penelitian ini hanya terbatas pada variabel kualitas produk, pengalaman merek, dan citra merek. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar menambah variabel-variabel penelitian seperti kualitas layanan, persepsi harga, dan lain-lain agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.