



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini, peneliti menyampaikan akhir akhir dari apa yang telah didapatkan setelah melakukan penelitian dan pengujian secara menyeluruh. Hasil-hasil temuan tersebut akan diringkas menjadi suatu ringkasan kesimpulan.

Selain kesimpulan pada bab ini, peneliti juga memberikan saran-saran yang berasal dari pemahaman, ide-ide, dan dari hasil yang diperoleh dalam setiap tahap pengujian, peneliti berharap agar setiap temuan dan saran penelitian ini akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya serta bagi pihak pihak yang membutuhkan di kemudian hari.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan diperoleh, berikut ini adalah simpulan yang dirangkum oleh peneliti:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas layanan sudah dikatakan sangat baik.
2. Citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini disimpulkan berdasarkan hasil analisis data yang menyimpulkan bahwa citra merek tidak terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian, meskipun demikian citra merek Starbucks sudah dikatakan sangat baik.



B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan diperoleh, ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Starbucks

Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa variabel kualitas layanan sudah dikatakan sangat baik, tetapi indikator karyawan dengan tulus memberikan layanan memiliki nilai yang paling kecil dibandingkan indikator lainnya, sehingga saran dari peneliti adalah selalu tulus dalam melayani konsumen sehingga responden merasa nyaman dan ingin membeli produk Starbucks. Variabel citra merek meskipun tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sudah dikatakan sangat baik, tetapi indikator Starbucks memiliki fasilitas internet yang memadai memiliki nilai paling kecil dibandingkan indikator lainnya, sehingga saran dari peneliti adalah membuat fasilitas internet yang lebih memadai lagi guna untuk membuat responden puas akan fasilitas internet yang diberikan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel independen seperti kualitas produk, harga, promosi, sosial media, dan sebagainya, karena hasil dari penelitian ini juga dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam subjek penelitian, yaitu konsumen yang pernah membeli produk Starbucks cabang Kelapa Gading, Jakarta Utara. Karena itu ada baiknya jika penelitian selanjutnya menggunakan subjek penelitian yang lebih luas lagi.