



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

©

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

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai citra merek dan kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen Starbucks Coffee di Mall Kelapa Gading, maka kesimpulan yang diperoleh adalah :

1. Kualitas Jasa berpengaruh signifikan pada loyalitas konsumen Starbucks Coffee. Dengan demikian setiap peningkatan kualitas jasa pada Starbucks Coffee akan meningkatkan loyalitas konsumen Starbucks Coffee.
2. Citra merek berpengaruh signifikan pada loyalitas konsumen Starbucks Coffee. Dengan demikian setiap adanya peningkatan pada citra merek pada Starbucks Coffee akan meningkatkan loyalitas konsumen Starbucks Coffee.

B. Saran

1. Bagi Starbucks Coffee :
 - a. Mempertahankan citra merek Starbucks Coffee yang sudah tercipta dalam benak konsumen, agar konsumen dapat melakukan pembelian secara berkala dan tidak berpindah ke merek lain.

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.



- b. Mengenai Kualitas jasa, Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading harus bisa mempertahankan kualitas jasanya supaya konsumen menjadi lebih loyal kepada Starbucks Coffee. Starbucks Coffee harus memberikan perhatian lebih mengenai kecepatan pelayan dalam melayani konsumennya seperti cepat tanggap dalam menghadapi permintaan konsumen. Apalagi jam-jam sibuk. Selain itu karyawan seharusnya juga tidak lupa untuk memberikan informasi mengenai promosi yang sedang ada. Contohnya promosi pembelian minuman *Buy 1 get 1 free*.
- c. Mempertahankan citra merek dan kualitas jasanya agar kedepannya konsumen dapat melakukan pembelian kembali dengan produk yang mempunyai kualitas sama atau bahkan lebih baik lagi.

Bagi Penelitian Selanjutnya

Variabel yang dipakai dalam penelitian ini hanya terbatas pada citra merek, kualitas jasa, dan loyalitas konsumen. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain sehingga penelitian menjadi lebih kompleks dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.