



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta milik IBIKK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data mengenai pengaruh kepercayaan merek dan citra merek terhadap loyalitas merek pelanggan Starbucks, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan merek Starbucks berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas merek pelanggan Starbucks. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya kepercayaan merek Starbucks maka loyalitas merek nya cenderung meningkat, namun tidak secara signifikan.
2. Citra merek Starbucks berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pelanggan Starbucks. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya citra merek Starbucks maka semakin meningkat juga loyalitas merek nya.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan yang telah diambil, maka berikut adalah beberapa hal yang disarankan oleh peneliti adalah:

1. Saran untuk kepercayaan merek Starbucks

Berdasarkan hasil penelitian, upaya yang dapat peneliti sarankan agar Starbucks dapat memperkuat kepercayaan mereknya sebagai merek yang tidak mudah ditiru adalah sebagai berikut:

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Membuat inovasi – inovasi baru yang belum pernah ada di bisnis *coffee shop* sebelumnya seperti misalnya pembuatan resep *secret menu* atau produk baru yang menggunakan bahan baku rahasia yang eksklusif dan sulit ditiru pesaing.
- b. Meningkatkan transparansi dalam praktik etis, seperti dukungan terhadap para petani dan pengrajin / komunitas lokal (penjualan biji kopi lokal atau *artisan coffee*) atau dukungan untuk isu global yang sedang marak dikaitkan dengan Starbucks sekarang (donasi / kegiatan soladiritas sosial langsung di lapangan). Hal ini dapat membedakan merek dan menciptakan nilai tambah yang sulit ditiru oleh pesaing.
- c. Mengembangkan program loyalitas dan keterlibatan pelanggan dalam upaya meredam isu global yang sering dikaitkan dengan merek Starbucks saat ini. Upaya yang dapat berupa ajakan donasi khusus dari pelanggan setia Starbucks dan mengaktifkan obrolan *broadcast channel* di akun media sosial untuk menjadi wadah umpan balik dari pelanggan dan masyarakat. Keterlibatan yang mendalam dengan pelanggan melalui program ini juga dapat menciptakan hubungan emosional yang sulit direplikasi pesaing.

2. Saran untuk citra merek Starbucks

Berdasarkan hasil penelitian, upaya yang dapat peneliti sarankan agar Starbucks dapat mempertahankan citra mereknya sebagai merek yang unik adalah sebagai berikut:

- a. Memperkuat dan memperbaharui cerita merek Starbucks dengan kampanye iklan atau unggahan media sosial berkonsep *story telling*

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

yang memperlihatkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, dukungan terhadap petani kopi atau tindakan nyata yang dilakukan Starbucks terhadap isu global yang sering dikaitkan dengan Starbucks.

- b. Menjalankan kampanye pemasaran yang menyoroti pencapaian terbaru Starbucks dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pastikan pesan ini disampaikan secara konsisten dan mendalam untuk membangun kembali citra Starbucks di mata publik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.

