

BAB 5 PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya disebabkan adanya kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen Starbucks Coffee sehingga menimbulkan kepuasan yang berujung pada loyalitas.
2. *Digital Marketing* (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya. Hal ini disebabkan karena adanya kemudahan dalam mengakses informasi dan promosi oleh Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya secara *online*. Kemudahan ini membuat konsumen selalu *update* dengan produk sehingga memicu ketertarikan untuk membeli, dari pembelian timbul kepuasan dan berujung pada loyalitas konsumen
3. *Brand Image* (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya. Hal ini didasari oleh *brand image* Starbucks Coffee yang baik dan masuk dalam kategori kelas menengah ke atas, sehingga membuat konsumen selalu percaya dengan produk-produknya dan tak berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang dikarenakan percaya dan merasa puas. *Brand image* produk yang



baik juga mampu menjadi salah satu alasan konsumen membentuk *image* dirinya, contohnya kita akan terlihat *high-class* apabila membeli produk Starbucks Coffee.

4. Kualitas Pelayanan (X4) tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya. Hal ini berkaitan dengan SOP yang dijalankan oleh pegawai Starbucks Coffee Galaxy Mall yang salah satunya ialah memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dijalankan sesuai SOP oleh pegawai tidak berdampak secara langsung terhadap penciptaan loyalitas oleh konsumen, artinya tingkat keterampilan kerja pegawai tersebut tidak menjadi alasan konsumen untuk bersikap loyal.

2.5 Saran

2.5.1 Saran bagi Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya

Berdasar pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya, maka Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya disarankan bisa memberlakukan sistem bundling produk dengan harga lebih bersahabat agar konsumen bisa merasakan kepuasan menikmati harga dan manfaat produk yang sepadan, sekaligus sebagai upaya untuk bersaing dengan *coffee shop* lainnya.
2. *Digital Marketing* berperan penting untuk pembentukan loyalitas konsumen. Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya disarankan bisa melakukan *Digital Marketing* dengan lebih inovatif seperti potongan



harga 50% bagi konsumen yang berulang tahun dan mengadakan *giveaway* di instagram khusus untuk Starbucks *Member* dengan harapan ketertarikan konsumen terhadap promosi serta produk Starbucks Coffee bisa meningkat.

3. *Brand Image* yang baik mempengaruhi keputusan konsumen dalam bersikap loyal. *Brand image* Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya harus tetap baik guna mempertahankan stigma produknya di mata masyarakat. Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya disarankan bisa melakukan mini workshop tentang kreasi minuman dengan bubuk kopi Starbucks Coffee agar masyarakat mengenal lebih dalam tentang produk dan kualitas produk Starbucks Coffee Galaxy Mall Surabaya.

2.5 Saran bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian yang telah didapat dari penelitian yang dilakukan membuat peneliti memberikan saran pada peneliti selanjutnya yaitu diharapkan peneliti mampu melakukan penelitian diluar variabel yang telah diuji oleh peneliti sebelumnya.

