

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti, ada beberapa kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Lokasi (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya karena masyarakat akan tetap membeli Starbucks dimana pun lokasinya. Dimanapun lokasi gerai Starbucks tidak menjadi halangan bagi konsumen untuk membeli produk *Starbucks* karena nama *brand* yang sudah terkenal dan setiap gerai *Starbucks* telah memenuhi *Standart Operational Procedure* (SOP) sehingga *Starbucks* selalu bertempat di lokasi yang strategis sehingga hipotesis pertama ditolak.
2. *Word Of Mouth* (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya sehingga hipotesis kedua diterima. Semakin banyaknya *word of mouth* yang diberikan oleh para konsumen, maka semakin tinggi keputusan pembelian produk Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya.
3. Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya sehingga hipotesis ketiga diterima. Semakin bagus nya kualitas



pelayanan maka akan semakin tinggi keputusan pembelian produk Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya.

4. *Customer Relationship Management* (X4) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya sehingga hipotesis keempat diterima. Semakin bagusnya *Customer Relationship Management* maka semakin tinggi keputusan pembelian produk Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya.

5.2.1 Saran

5.2.1.1 Bagi Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya dan peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa saran dari peneliti sebagai berikut :

Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya menjaga kualitas produknya dengan tetap menggunakan bahan baku pilihan dan proses pemanggangan biji kopi sesuai standar produksi Starbucks dan mempertahankan cita rasanya. Hal ini bertujuan agar konsumen selalu puas dan terus melakukan *repeat order*, serta mempengaruhi orang lain untuk melakukan pembelian.



2. Starbucks Pakuwon Super Mall harus meningkatkan keramah - tamahan karyawan terhadap konsumen seperti lebih sering memasang senyuman ketika berhadapan dengan konsumen. *Starbucks* Pakuwon Super Mall Surabaya pun dapat tetap menjaga fasilitas yang tersedia maupun menambah fasilitas seperti

menyediakan *electric plug* di *smoking area* sehingga para konsumen yang membutuhkan tidak kesulitan untuk mencari *electric plug* di *non-smoking area*.

3. Peneliti menyarankan karyawan *Starbucks* Pakuwon Super Mall Surabaya untuk mengingat wajah ataupun nama para konsumen sehingga dapat berinteraksi dengan lebih baik. *Starbucks* Pakuwon Super Mall Surabaya pun dapat mengumpulkan data ulang tahun konsumen yang menjadi *member* dan dapat merayakannya bersama. *Starbucks* Pakuwon Super Mall Surabaya juga dapat membangun hubungan yang lebih mendalam dengan para konsumen dengan melibatkan pelanggan melalui program loyalitas maupun acara khusus *membership*.

4. Peneliti memberikan saran kepada penelitian selanjutnya untuk memperhatikan variabel – variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti *store atmosphere* dan *brand image*. Peneliti selanjutnya pun dapat memperbanyak jumlah sampel agar hasil yang didapat memperoleh hasil yang berbeda dari penelitian ini.





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.