

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen *Starbucks Coffee* Citraland mayoritas berjenis kelamin wanita, berusia antara 17 – 25 tahun, memiliki riwayat pendidikan terakhir pada tingkat Sarjana (S1) , kemudian sebagian besar berprofesi sebagai pegawai swasta, dan memiliki skala penghasilan antara Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000.
2. Variabel harga, promosi, dan *brand image* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* dalam membeli Kopi *Starbucks Coffee* Citraland, karena memiliki hasil *P-value* yang memiliki nilai signifikansi ≤ 0.05 .

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat direkomendasikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Harga yang dirasa terlalu mahal bagi kalangan tertentu, maka sebaiknya ada produk-produk tertentu yang dikhususkan untuk dikonsumsi oleh kalangan seperti pelajar dan mahasiswa, di mana selain mempunyai kualitas yang baik tapi juga memiliki harga yang lebih dapat dijangkau oleh berbagai kalangan. *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya diharapkan dapat mempertahankan dan menyesuaikan harga yang dimiliki sehingga

konsumen merasa puas, tetap memilih *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya dan tidak beralih kepada para kompetitor.

- b. Promosi yang telah dilakukan oleh *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya telah berjalan dengan baik dan telah mendapat respon yang baik dari para pelanggannya. Sebaiknya *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya harus mempertahankan hal tersebut agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan juga untuk menarik pelanggan barunya.
- c. Hal yang bisa dilakukan dengan cara memiliki reputasi merek yang bagus dan kompeten maka konsumen akan mempercayai merek tersebut hingga membelinya. Untuk mempertahankan trust dari konsumen maka *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya harus bisa memiliki perbedaan dengan *Coffee shop* lainnya seperti mempertahankan dan lebih mengencangkan program *green campaign Starbucks Coffee* Citraland Surabaya yang tidak dimiliki oleh *Coffee shop* lainnya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada peneliti selanjutnya diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan data awal untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menambah beberapa variabel diluar variabel bebas penelitian ini, agar mengetahui pengaruh-pengaruh variabel *customer loyalty* minuman kopi di *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya.