

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM), maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kafe Starbucks Ngagel di Surabaya, diterima.
2. Hipotesis 2 penelitian ini yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kafe Starbucks Ngagel di Surabaya, diterima.
3. Hipotesis 3 penelitian ini yang menyatakan bahwa kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Starbucks Ngagel di Surabaya, diterima.
4. Hipotesis 4 penelitian ini yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di kafe Starbucks Ngagel di Surabaya, diterima.

5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Sampel penelitian ini hanya melibatkan pelanggan Starbucks Ngagel di Jln. Ngagel Jaya Selatan No, 153, Baratajaya, Surabaya.

5.3 Saran

Berdasarkan simpulan yang dikemukakan, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Manajemen kafe Starbucks Ngagel di Surabaya

a. Saran bagi pengelolaan kualitas layanan

Untuk meningkatkan pengelolaan kualitas layanan di Starbucks Ngagel Surabaya, dapat dengan melakukan *briefing* secara berkala pada pegawai agar tetap: bersikap sopan, ramah terhadap konsumen, selalu membantu kesulitan konsumen dengan cepat dan meningkatkan kebersihan area kafe (termasuk toilet dan tempat cuci tangan). Dengan meningkatnya kualitas layanan, maka dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen.

b. Saran bagi pengelolaan citra merek

Untuk meningkatkan pengelolaan citra merek di Starbucks Ngagel Surabaya, terdapat beberapa saran, seperti: meningkatkan ciri khas kualitas makanan dan minuman di kafe Starbucks Ngagel Surabaya, sehingga tidak dapat ditiru oleh pesaing dan berinovasi dalam menu kopi. Dengan meningkatnya citra merek, maka dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen.

c. Saran bagi pengelolaan kepercayaan merek

Untuk meningkatkan pengelolaan kepercayaan merek di Starbucks Ngagel Surabaya terdapat beberapa saran, seperti: mampu meyakinkan konsumen bahwa kopi memiliki kualitas premium, dan meningkatkan kualitas *feed* Instagram Starbucks Ngagel Surabaya. Dengan meningkatnya kepercayaan merek, maka dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen.

d. Saran bagi pengelolaan kepuasan pelanggan

Untuk meningkatkan pengelolaan kepuasan pelanggan di Starbucks Ngagel Surabaya terdapat beberapa saran, seperti: mampu meningkatkan kualitas: makanan-minuman, layanan, citra merek, dan kepercayaan merek agar dapat meningkatkan rasa senang pelanggan. Dengan meningkatnya kepuasan

pelanggan, maka dapat meningkatkan loyalitas dari konsumen.

e. Saran bagi pengelolaan loyalitas pelanggan

Untuk meningkatkan pengelolaan loyalitas pelanggan di Starbucks Ngagel Surabaya terdapat beberapa saran, seperti: dengan lebih sering menciptakan program loyalitas pelanggan secara berkala, pembelian *merchandise* dengan ketentuan pembelian tertentu.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya yang akan menggunakan objek yang sama (kafe), dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, misalnya harga, kualitas produk, pengalaman, persepsi nilai, promosi, dan sebagainya.
- b. Peneliti selanjutnya dapat melibatkan pelanggan di Starbucks lokasi lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arhiansyah, N., Setyawati, S.M., dan Yunanto, A. (2019). Impact of Brand Trust on Customer Satisfaction and Customer Loyalty, *Internationl Conference on Rural Development and Entrepreneurship*, 5(1), 288-293.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Jumlah Restoran/Rumah Makan/Kafe. Di dapatkan dari: <https://jatim.bps.go.id/dynamictable/2017/10/17/137/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2013---2016.html>, 25 September 2020, pukul 10.07 WIB.
- Bei, L.T., dan Chiao, Y.C. (2001). An Integrated Model for the Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 14, 125-140.
- Danny, T. W., dan Chandra, F. (2001). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Sebagai Menu Unggulan Warung Bu Kris). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 3 (2), September , 85-95.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gedalia, C. C., dan Subagio, H. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1-10.
- Ghozali, I. dan Fuad. (2005). *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herliza, R., dan Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara di Mall PVJ Bandung, *Jurnal Manajemen*, 3(2), 1949-1955.
- Jumyah, dan Syarfan, L. O. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Memilih Berbelanja Fashion (Pakaian) Pada Online Shop Lazada, *Jurnal Valuta*, 4(1), 56-70.

- Laksono, A.W., dan Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang, *Jurnal Manajemen*, 1(1), 8-16.
- Larasati, V., dan Suryaputra, R. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Coffee Toffee Jatim Expo di Surabaya, *Jurnal Gema Aktualita*, 2(2), 7-17.
- Lestari, F.A.P. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Lppmunindra*, 10(2), 179-187.
- Logiawan, Y., dan Subagio, H. (2014). Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-11.
- Lorena, E. Y. M., dan Martini, S. (2019). Menilai Pengaruh Citra Merek, Keragaman Menu, Suasana Toko, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi*, 21(2), 1-10.
- Mitra Adi Perkasa. (2020). *Brand - Starbukcs*. Di dapatkan dari: <https://www.map.co.id>, 20 September 2020, pukul 21.34 WIB.
- Marsellina, dan Budiono, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Uniqlo di Jakarta, *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(4), 788-794.
- Mowen, C., dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*, (Terjemahan). Jakarta: Erlangga
- Pirbadi, D. (2014). Pengaruh Product Quality, Service Quality, Image Terhadap Loyalty Melalui Satisfaction Pada Restoran Sunda di Jakarta, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 7(1), 177-198.
- Putra, B. S. dan Rahayu, D. D. (2017). Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Aryaduta di Pekanbaru, *Jurnal JOM Fekon*, 4(1), 45-59.
- Putri, A. D., dan Astuti, S. R. T. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, *Jurnal Manajemen Diponegoro*, 6(2), 1-10.

- Putri, N. A., Arifin, Z., dan Wilopo. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Switching Barrier Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(1), 128-134.
- Putro, S.W., Samuel, H., Karina, R., dan Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Rachmawati, R. (2014). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Teknobuga*, 1(1), 66-79.
- Rahayu. (2015). The Influence of Service Quality, Trust and Brand Image toward Customer Satisfaction and Its Impact to Brand Loyalty, *International Journal of Advanced Research*, 3(10), 1867-1873.
- Rimawan, E., Mustofa, A., dan Mulyanto, A. D. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty, *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 8(7), 2330-2336.
- Rizan, M., dan Arrasyid, H. (2008). Analisis Asosiasi Merek, Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan, serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Sepeda Motor di Bekasi, *Jurnal Siasat Bisnis*, 12(2), 129-147.
- Samuel, H. dan Foedjiawati. (2005). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya), *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7(1), 74-82.
- Saragih, L. M., dan Sarjani. (2018). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar di Kota Medan, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 30(1), 26-32.
- Sari, W. Y. T. B., Kumadji, S., dan Latief, W. A. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 1-7.
- Setyowati, E., dan Wiyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 18(2), 102-112.

- Siregar, N. A (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasar dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Toko Abang-Adik, *Jurnal Benefita*, 4(2), 363-376.
- Sitinjak, J. R. T., dan Sugiarto. (2006). *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Starbucks. (2020). About Us. *Starbucks in Indonesia*. Didapatkan dari: <http://www.starbucks.co.id/>, 19 September 2020, pukul 15.05 WIB.
- Utami, I. A. I. S., dan Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur, *Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 1984-2000.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyudien, I.K., Widiartanto, dan Listyorini, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(1), 54-63.
- Widjoyo, I.O., Rumambi, L.J., dan Kunto, Y.S. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Drive Thru McDonald Basuki Rahmat di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1-12.
- Yamin, S. dan Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 798-807.
- Zainuddin, Z. (2018). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan XYZ Jakarta, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 53-58.