

## BAB 5

### SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diartikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Technical quality* (TQ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) secara langsung. Indikator yang paling banyak disetujui adalah fasilitas Starbucks sudah lengkap. Sedangkan untuk indikator yang kurang disetujui adalah sikap karyawan yang kurang ramah terhadap pelanggan, sehingga karyawan merasa tidak nyaman selama berada dalam gerai Starbucks. Sikap tidak ramah yang dimaksud adalah sikap karyawan yang kurang baik dari pelayan Starbucks seperti tidak menyapa pengunjung, tidak senyum saat melayani pengunjung yang datang. Maka dapat disimpulkan bahwa meningkatkan *technical quality* di Starbucks plaza Surabaya dapat meningkatkan *customer loyalty*. Dengan demikian, hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *technical quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* dapat diterima.
2. *Functional quality* (FQ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) secara langsung. Indikator yang paling banyak disetujui adalah pengelolaan manajemen Starbucks sudah baik sehingga pengunjung Starbucks merasa puas dan ingin kembali untuk menikmati menu Starbucks. Sedangkan indikator yang kurang disetujui adalah pelayanan di Starbucks sudah memenuhi standar layanan yang ada. Maka dapat disimpulkan bahwa meningkatkan *functional quality* di Starbucks plaza Surabaya dapat meningkatkan *customer loyalty*. Dengan demikian, hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *functional quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* dapat diterima.
3. *Customer satisfaction* (CS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) secara langsung. Indikator yang paling banyak disetujui adalah harga produk yang ditawarkan Starbucks terjangkau. Sedangkan indikator yang kurang disetujui adalah pelayanan di Starbucks membuat pengunjung senang. Maka dapat disimpulkan bahwa meningkatkan *customer satisfaction* di Starbucks plaza Surabaya dapat meningkatkan *customer loyalty*.

Dengan demikian, hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* dapat diterima.

4. *Technical quality* (TC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) melalui *customer satisfaction* (CS). Maka dapat disimpulkan bahwa penciptaan *technical quality* di Starbucks Surabaya akan membuat pengunjung merasa puas dengan pelayanan di Starbucks dan ketika pengunjung puas pengunjung tersebut akan loyal terhadap perusahaan Starbucks di Plaza Surabaya. Dengan demikian, hipotesis 4 yang menyatakan *technical quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* dapat diterima.
5. *Functional quality* (FC) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) melalui *customer satisfaction* (CS). Maka dapat disimpulkan bahwa meskipun perusahaan Starbucks memberikan pelayanan yang baik belum tentu pengunjung merasa puas dan membuat pengunjung loyal pada perusahaan tersebut. Dengan demikian, hipotesis 5 yang menyatakan *functional quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* tidak diterima atau ditolak.

## 5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penulisan penelitian ini adalah, jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 202 responden, sedangkan penelitian terdahulu yaitu Sidharta dan Keni (2015) sebanyak 250 responden. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga peneliti dalam melakukan penelitian ini, mungkin dengan menambah jumlah responden dalam penelitian selanjutnya maka hasil yang akan didapatkan menjadi lebih baik.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini serta simpulan di atas maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

### 5.3.1 saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya, untuk dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang memiliki kaitan dengan *customer loyalty* misalnya seperti, *customer value* dan *customer behavior*.

### 1.3.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Starbucks Plaza Surabaya antara lain:

1. Dalam upaya meningkatkan *customer satisfaction*, sebaiknya pihak Starbucks Plaza Surabaya lebih meningkatkan pelayanan yang baik bagi setiap pengunjung yang datang ke gerai Starbucks. Dengan cara melakukan evaluasi kinerja karyawan pada setiap periode tertentu. Karyawan Starbucks perlu mengubah sikap dalam melayani pengunjung dan bersikap ramah pada setiap pengunjung yang datang. Dengan sikap karyawan yang ramah terhadap pengunjung, pengunjung akan merasa dihormati dan dilayani dengan baik sehingga pengunjung akan merasa nyaman dan puasselama mereka berada dalam gerai Starbucks.
2. Dalam upaya meningkatkan *customer loyalty*, sebaiknya pihak Starbucks Plaza Surabaya lebih memperhatikan pelayanan dan standard layanan yang baik bagi pengunjung. Dengan menyesuaikan pelayanan karyawan dengan aturan-aturan perusahaan yang baik dan benar. Pelayanan yang baik pada perusahaan akan memberikan dampak yang baik juga bagi perusahaan itu sendiri. Ketika pengunjung merasa senang dan nyaman selama berada dalam gerai Starbucks pengunjung akan puas dan saat pengunjung merasa puas dan akan loyal pada perusahaan Starbucks.
3. Pihak Starbucks Plaza Surabaya juga harus mempertahankan *image* perusahaan dengan baik yang saat ini ada dibenak pengunjung terhadap produk dan pelayanan Starbucks Plaza Surabaya agar tetap mendapat kepercayaan dari konsumen bahwa Starbucks adalah salah satu perusahaan yang dapat diandalkan. Dengan cara mempertahankan kepercayaan konsumen dengan terus memberi inovasi terhadap produk Starbucks itu sendiri.