

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. *Perceived quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Starbucks Coffee di Surabaya. Karena jika persepsi konsumen terhadap kualitas dari produk sangat baik, maka dapat dipastikan konsumen akan puas terhadap merek tersebut.
2. *Perceived value* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Starbucks Coffee di Surabaya. Karena jika perusahaan dapat menambahkan nilai terhadap produknya dan persepsi konsumen terhadap nilai itu baik, maka konsumen akan puas.
3. *Service quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Starbucks Coffee di Surabaya. Karena jika kualitas pelayanan sangat baik, maka konsumen akan nyaman dan dapat dipastikan konsumen akan merasa puas.
4. *Customer satisfaction* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada Starbucks Coffee di Surabaya. Karena jika konsumen puas, maka konsumen tidak merasakan kekecewaan terhadap merek tersebut dan memungkinkan konsumen untuk menjadi setia terhadap merek tersebut.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

- a. Bagi peneliti dimasa akan datang disarankan menambahkan variabel yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *brand loyalty* seperti *brand image*, *staff behaviour*, *brand identification*, *lifestyle-congruence*.
- b. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuantitatif. Oleh karena itu, bagi yang hendak melakukan penelitian menggunakan objek dan variabel penelitian yang sama, diharapkan juga untuk menggunakan metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang berbeda.
- c. Bagi peneliti dimasa yang akan datang yang hendak melakukan penelitian tentang loyalitas merek, diharapkan dapat melakukan kajiann dari permasalahan dan sudut pandang yang berbeda atau menggunakan variabel penelitian yang berbeda, sehingga nantinya akan memperluas pengetahuan bagi peneliti dan pembaca.

2. Saran Praktis

- a. Pihak Starbucks Coffee di Surabaya diharapkan lebih meningkatkan kualitas dalam bidang pelayanan agar konsumen dapat merasa lebih nyaman yang akan berdampak pada kepuasan konsumen.
- b. Pihak Starbucks Coffee di Surabaya diharapkan menyesuaikan perbandingan biaya dengan manfaat yang didapatkan agar persepsi nilai Starbuck Coffee dimata konsumen menjadi baik dan menyebabkan meningkatnya kepuasan pelanggan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, David. 1991, *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- _____. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Ahmed, Zohaib. 2014. Effect of Brand Trust and Customer Satisfaction On Brand Loyalty On Bahwalpur. *Journal of Sociological Research*. Vol. 5, No. 1
- Baldauf, *et al.* 2001. Examining Business Strategy, Sales Management, and Salesperson Antecedents of Sales Organization Affectiveness. *Jurnal Penjualan Personal dan Penjualan Manajemen*, 21(2), hal. 109-122.
- Berry, Leonard dan Parasuraman. 1997. Listening to the Customer, The Concept of A Service Quality Information System, *Journal of Management*. Vol 1. No. 2
- Chapman, J, and Wahlers, R. 1999. A Revision and Empirical Test of The Extended Price-Perceived Quality Model. *Journal of Marketing Theory & Practice*, 7(3), 53-64.
- Chiou, *et al.* 2002. Does Customer Knowledge Affect How Loyalty Form ?, *Journal of Service Research*, vol. 5 (2), p. 113- 124.
- Cronin, *et al.* 2000. Assessing The Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environment, *Journal of Retailing*, page 193-218.
- Crosby, L.A, dan Stephens, N. 1987. Effects of Relationship Marketing on Relationship Satisfaction, Retention and Prices in the Life Insurance Industry, *Journal of Marketing Research*, Vol. 24. November, pp.404- 11.
- Durianto, Darmadi. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Dharmmesta. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Engel, J.F, *et al.* 1990. *Consumer Behavior, 6th ed.* Chicago: The Dryden Press.
- Fornell, C., *et al.* 1996. The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing* 60, 7-18.
- Foster, Brian D. 2009. Relationship Selling and Customer Loyalty: An Empirical Investigation, Marketing, Intelligence, and Planing, *Journal of Marketing*, Vol. 18 No. 4, pp. 185-199.
- Garvin, David. A. 1998. *Managing Quality*, New York: Free Press.
- Ghozali, Imam dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, *et al.* 1988. *Multivariate Data Analysis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hallowell, Roger. 1996. The Relationships Of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, And Profitabiliy: An Empirical Study, *International Journal Of Service Industry Management*, Vol. 7 No. 4, Pp. 27 – 42.
- Hellier, *et al.* 2003. “Customer Repurchase Intention: A general structural equation model”. *European Journal of Marketing*, Vol. 37, No. 11/12, pp.1762-1800.
- Ibanez, V. A. & Hartmann, P. (2006). Managing Customer Loyalty in Liberalized Residential Energy Markets: The Impact of Energy Branding. *Journal of European Management*, Vol. 35(4), 2661-267
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo

- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Ed12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kyungnam, *et al.* 2010. "Brand Equity, Brand Loyalty and Consumer Satisfaction". *Jurnal University South Koreadan Oxford Brookes University UK*. Vol 2 No 2
- Lai, T.L. 2004. Service Quality and Perceived Value's Impact on Satisfaction, Intention and Usage of Short Message Service (SMS), *Information System Frontiers*, Vol. 6, No. 4, pp. 353-368.
- Luarn dan Lin. 2003. A Customer Loyalty Model For E-Service Context. National Taiwan University of Science and Technology. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 4 No. 4
- Mowen, J. C. 1995, *Consumer Behavior 4th edition*. New Jersey. Prentice Hall
- Mowen, J. C. dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi Kelima (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Nam *et. al.* 1966. A Conceptual Model of Customer Satisfaction and Its Implications to Brand Loyalty. *Journal of Manajement Research*, 4, 71-111.
- Naumann and Giel, Kathleen. 1995. *Customer Satisfaction Measurement and Management*. Ohio: Thomas Executive Press.
- Oliver, R.L. 1999. Whence Customer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63 (Special Issue 1999), 33-34.

- Parasuraman, A. *et. al.* 1985. A conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, Volume 49.
- _____. 1998. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol. 64. Number 1, p. 12-40.
- _____. 1993. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*. Vol. 49 (fall).
- _____. 2007. Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implication for Future Research. *Journal of Marketing*.
- _____. 2008, A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for future Research. *Journal of marketing, JBMA – Vol. I, No. 1.*
- Payne, Adrian dan Holt, Sue. 2001. Diagnosing Customer Value: *A Review of The Literature and a Framework for Relationship Value Management. Submission for Cranfield Working Paper.*
- Peter, J. Paul and Olson, Jerry, C. 2005. *Consumer Behaviour, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 4 Jilid 2.* Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, Gabriel. 2003. *Metodologi dan Studi Kasus, cetakan pertama.* Jakarta: CV. Citramedia.
- Smith, J, Brocl & Colgate, Mark. 2007. Customer Value Creation: A Practical Framework: *Journal of Marketing Theory and Practice.*
- Subagio, Hartono Dan Saputro, Robin. 2012. Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, Dan Image Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia) *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 7, No. 1, April 2012 Issn 1907-235x
- Sugiyono. 2008. *ghozalitode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

- Suharsimi, Arikunto. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Taylor, James R. 2004. *Riset Pemasaran (Terjemahan oleh Thamrin)*. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- _____. 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra., 2005. *Service Quality and Satisfaction*, Edisi Pertama, Yogyakarta : Andi.
- Umar, Husein. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan, Seri Desain Penelitian Bisnis – No 1*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Usmara, A. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amoro Book.
- Usmara, A. 2008. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Amara Books.
- Wahid, *et. al.* 2014. Mediating Effect of Customer Satisfaction on Perceived Product Quality, Perceived Value, and Their Relation to Brand Loyalty. *International Journal od Reasearch in Management and Business Studies*. Vol. 1. No. 2.
- Zeithaml, V. A. 1988. Consumer Perception of Price, Quality, and Value: a Means-end Model and Synthesis of Evidence, *Journal of Marketing*, 52, pp. 2-11.
- www.cnnindonesia.com/ekonomi/20141010111851-92-5998/2015_starbucks-tambah-35-gerai-baru. *Starbucks Tambah 35 Gerai Baru*. 2014. Diakses pada tanggal 3 Oktober 2015.
- www.infosby.asia/2014/06/33-mall-pusat-perbelanjaan-surabaya.html. *Pusat Perbelanjaan Surabaya*. 2014. Diakses pada tanggal 3 Oktober 2015.

www.kaltimpost.co.id/berita/detail/234661-besok-gerai-ke-206-starbucks-buka-di-big-mall.html. *Starbucks Coffee Tambah Gerai ke 206 Besok*. 2015. Diakses pada tanggal 3 Oktober 2015.

www.starbucks.com/about-us/company-information/starbucks-company-recognition. *Starbucks Company Recognition*. 2014. Diakses pada tanggal 3 Oktober 2015.