

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penulisan penelitian yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh antara promosi penjualan pada *Starbucks Coffee* terhadap loyalitas pelanggan *Starbucks Coffee*, maka peneliti berusaha untuk membuat kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya. Kesimpulan tersebut adalah :

1. Bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan *Starbucks Coffee*.
2. Selain itu promosi penjualan juga memiliki pengaruh terhadap pembentukan loyalitas pelanggan Starbuck. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa indikator dengan butir pertanyaan promosi yang paling berpengaruh pada pertanyaan adalah mengenai penawaran price reduction / potongan harga dalam pembelian produk tertentu yang di berikan oleh *Starbucks Coffee* dengan koefisien korelasi sebesar 0.741. Sedangkan indikator terendah dari butir pertanyaan promosi 3 (0.515) yaitu bersangkutan dengan Starbucks menyediakan penawaran pembelian dalam bentuk kupon/voucher, hal ini dikarenakan *Starbucks Coffee* tidak menyediakan promosi dalam bentuk pembelian kupon secara rutin

5.2 Implikasi Penelitian

Adapun implikasi dari penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa program penawaran yang telah dilakukan oleh *Starbucks Coffee* telah berjalan dengan baik dan telah mendapat respon yang baik dari para pelanggannya. Sebaiknya *Starbucks Coffee* harus mempertahankan hal tersebut agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan juga untuk menarik pelanggan barunya.
2. Untuk hal mengenai menyediakan penawaran pembelian dalam bentuk kupon/voucher, peneliti mengharapkan *Starbucks Coffee* dapat menjalankan program promosi yang lebih rutin di setiap kedainya, karena dengan menyediakan penawaran pembelian dalam bentuk kupon/voucher, para pelanggan mendapatkan kesempatan untuk mencoba produk-produk yang telah dikeluarkan oleh *Starbucks Coffee*. Hal tersebut dapat mendorong para pelanggan yang sudah ada untuk mencoba produk-produk terbaru lainnya dan juga dapat menarik minat beli bagi para calon pelanggan.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yang apabila diatasi pada penelitian selanjutnya, dapat memperbaiki hasil penelitian. Yaitu:

- Generalisasi hasil penelitian terbatas, diharapkan lingkup penelitian bisa diperluas yang juga akan menambah jumlah sampel yang akan diteliti

- Dapat dilakukan penambahan variabel yang terkait dengan loyalitas konsumen, karena variabel bebas dalam penelitian ini hanya promosi penjualan saja. Penelitian yang akan datang diharap menguji variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas konsumen.