

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan dengan hasil sebagai berikut:

1. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Kopi StarBucks Jalan Kaliurang Yogyakarta.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Kopi StarBucks Jalan Kaliurang Yogyakarta.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Kopi StarBucks Jalan Kaliurang Yogyakarta.
4. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Kopi StarBucks Jalan Kaliurang Yogyakarta.
5. Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kopi StarBucks Jalan Kaliurang Yogyakarta.
6. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kopi StarBucks Jalan Kaliurang Yogyakarta.
7. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kopi StarBucks Jalan Kaliurang Yogyakarta.

8. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kopi StarBucks Jalan Kaliurang Yogyakarta.
9. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kopi StarBucks Jalan Kaliurang Yogyakarta.
10. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.
11. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.
12. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.
13. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan *Marketing Mix* Jasa, dimana seharusnya teori yang digunakan adalah *Marketing Mix* Jasa dan *Marketing Mix* produk karena keduanya memiliki pengaruh yang sama kuat.
2. Peneliti masih memiliki ruang lingkup populasi yang sempit, karena hanya sebatas orang yang melakukan pembelian di StarBucks di Jalan Kaliurang, Yogyakarta saja.

3. Penelitian ini hanya menganalisis enam variabel, yaitu variabel persepsi harga, kualitas produk, promosi, lokasi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
4. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini hanya melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form sehingga data yang diterima peneliti bersifat subyektif.

C. Saran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya agar bisa melaksanakan dan mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi ke depannya yaitu, sebagai berikut:

1. Akademik
 - a. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambah jumlah sampel yang diteliti agar memperoleh hasil yang lebih akurat.
 - b. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa menganalisis variabel mediasi yang lainnya selain variabel kepuasan pelanggan, sehingga dapat diketahui variabel apa yang mampu memediasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat loyalitas pelanggan.
2. Praktek
 - a. Pada saat melakukan pengumpulan data, penulis dapat menambahkan dengan melakukan metode wawancara secara langsung dengan responden atau melakukan observasi secara

langsung kepada responden agar memperoleh hasil yang lebih akurat.