

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada pengujian hipotesis pertama diketahui nilai *sig.* variabel Kualitas Pelayanan ialah sebesar 0,000. Hasil output tersebut kurang dari taraf *sig* penelitian yang ditetapkan sebesar 0,05. Maka keputusan uji ialah H_1 diterima, artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan khususnya pelanggan Starbucks Central Park SOGO.

Pada pengujian hipotesis kedua diketahui nilai *sig.* variabel Kepuasan Pelanggan ialah sebesar 0,003. Hasil output tersebut kurang dari taraf *sig* penelitian yang ditetapkan 0,05. Maka keputusan uji ialah H_2 diterima, artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO.

Pada pengujian hipotesis ketiga diketahui nilai *sig.* pada model regresi ialah 0,000. Hasil output tersebut tersebut kurang dari taraf *sig* penelitian yang ditetapkan 0,05. Maka keputusan uji ialah H_3 diterima, artinya kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif pada loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, telah dibuktikan kualitas pelayanan yang diberikan di Starbucks CP Sogo mampu memberikan kepuasan bagi para pelanggannya. Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa konsumen yang puas dengan pelayanan, kualitas makanan, minuman, keamanan, dan kebersihan Starbucks CP Sogo akan mempunyai dampak loyalitas pada Starbucks CP Sogo.

5.2 Saran

Saran penulis bagi Starbucks SOGO ialah untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki karena konsumen yang puas dengan kualitas pelayanan, kualitas makanan, minuman, keamanan, dan kebersihan Starbucks CP SOGO akan mempunyai dampak loyalitas pada Starbucks CP SOGO. Hal ini berdampak baik bagi bisnis Starbucks jangka panjang.