

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa citra merek dengan loyalitas konsumen memiliki hubungan yang positif pada mahasiswa di Yogyakarta sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hubungan positif tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi (baik) citra merek Starbucks maka loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi, sebaliknya citra merek Starbucks yang rendah (buruk) maka loyalitas konsumen akan rendah, selain itu berdasarkan dari deskripsi data variabel citra merek maupun variabel loyalitas konsumen pada responden berada pada kategori tinggi.

#### **B. Saran**

Berdasarkan rangkaian hasil penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran, diantaranya ialah:

1. Bagi Perusahaan Starbucks

Bagi Starbucks *Company* diharapkan untuk mempertahankan strategi bisnis yang telah dilakukan dan terus berinovasi pada setiap produk yang dihasilkan serta meningkatkan kinerja sehingga Starbucks mampu mempertahankan citra merek yang baik di kalangan masyarakat.

## 2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan data demografis responden penelitian sehingga hasil data bisa lebih mendalam dan luas, selain itu agar dapat melihat perbedaan variabel penelitian ditinjau dari data demografis lainnya, tidak hanya pada jenis kelamin ataupun dapat menggunakan variabel penelitian lain sebagai mediator variabel yang telah ada sehingga tidak hanya melihat pada ada tidaknya hubungan tetapi apakah variabel tersebut juga berdampak langsung dengan variabel lainnya. Terakhir, diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat menggunakan, membuat, memodifikasi maupun mengadaptasi alat ukur yang lebih sesuai dengan kondisi atau kriteria responden dan situasi penelitian sehingga kalimat dan pilihan jawaban yang tersedia lebih mudah dipahami oleh responden dan sesuai dengan penelitian.