

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dalam pengaruh antara *Brand Experience* dengan dimensi *Sensory, Affective, Behavioral* dan *Intellectual Stimulation* mempengaruhi *Brand Satisfaction* dan *Brand Loyalty* maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Brand Experience* memberi pengaruh positif terhadap *Satisfaction*, dimana dari hasil uji SEM menunjukkan nilai P sebesar 0,000 sehingga nilai $P < 0,05$. Sehingga semakin baiknya *Brand Experience* maka mampu meningkatkan *Brand Satisfaction*.
2. *Brand Satisfaction* memberi pengaruh positif terhadap *Brand Loyalty*, dimana dari hasil uji SEM menunjukkan nilai P sebesar 0,004 sehingga nilai $P < 0,05$. Sehingga semakin baiknya *Brand Satisfaction* maka mampu meningkatkan *Brand Loyalty*.
3. *Brand Experience* tidak memberi pengaruh positif terhadap *Brand Loyalty*, dimana dari hasil uji SEM menunjukkan nilai P sebesar 0,310 sehingga nilai $P > 0,05$. Sehingga semakin baiknya *Brand Experience* maka belum tentu mampu meningkatkan *Brand Loyalty*.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian, peneliti ingin agar penelitian ini memiliki dampak baik kepada perusahaan agar lebih baik lagi, maupun kepada peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian ini agar hasilnya dapat lebih komperhensif dan mendalam.

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi Starbucks di gerai Jakarta sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif data responden, dapat disimpulkan bahwa dengan data tersebut dapat membantu Starbucks sebagai masukkan dalam menentukan target konsumen Starbucks di gerai Jakarta.
2. Starbucks di Jakarta dapat melakukan evaluasi terhadap pemilihan musik yang digunakan baik pada waktu tertentu seperti waktu *weekend* dan *weekdays* sehingga membuat kesan pengalaman yang berbeda dan nyaman untuk konsumen. Musik yang disajikan Starbucks jangan hanya *standard* Starbucks tetapi ketika hujan sebaiknya lagu *instrumental* (contoh: *Kiss The Rain_Yiruma*) dan ketika musim panas lagu *jazz* atau *classic* (*Pure Moods_Dave Koz* atau *Ordinary World_Duran-Duran*). Hal lainnya yang dapat dikembangkan oleh Starbucks dengan memperluas ruangan (meja dan kursi diperbanyak), lantai dibuat parkit, tembok dengan *design* di *wallpaper* dan di beri tv juga.
3. Untuk mencerminkan diri konsumen bisa lebih di perbanyak kaca sekeliling Starbucks karena konsumen yang berada di sana ingin di pandang orang lain dan

memandang orang lain sehingga ada interaksi dari luar kaca dan dalam kaca. Hal lainnya yang dapat dikembangkan oleh Starbucks pada *affective* yaitu produk-produk yang ditawarkan baik segi makanan dan minuman Starbucks diperbanyak variasi atau pada hari tertentu seperti hari lebaran, natal atau ulang tahun Starbucks membuat produk yang unik dan bisa juga dari *tumblr*nya di *design* lebih menarik sesuai *moment* perayaan atau buat produk yang bisa di *design* kartun foto keluarga tapi disisipkan juga pada *tumblr*nya menikmati nuansa minum atau makan di gerai Starbucks.

4. Untuk memberi semangat konsumen bisa dengan *free reward* sebesar 500 ribu rupiah ke dalam Starbucks *card* jika berhasil memenangkan lomba kreatifitas pada *member card* yang dapat digunakan pada *weekdays* hari tertentu. Hal lainnya yang dapat dikembangkan oleh Starbucks yaitu *barista* lebih semangat dalam menyapa semua konsumennya (intonasi dan irama yang jelas) dan *barista* dapat menawarkan Starbucks *card* bagi yang belum memiliki Starbucks *card*. Ketika menyebarkan kuesioner, peneliti mendapatkan respon secara lisan dari para pengisi kuesioner yaitu menyatakan bahwa beberapa *barista* di gerai Starbucks Jakarta dalam melayani konsumennya masih kurang senyum (*manyun*). Jadi, jika beberapa *barista* di gerai Starbucks Jakarta seperti itu maka akan mencerminkan semua karakteristik di semua gerai Starbucks Jakarta mengenai pelayanan yang diberikan Starbucks kepada konsumennya.
5. Dalam meningkatkan kreatifitas maka konsumen dapat memberikan *request* yang dapat di masukkan ke kotak *box* dan ada lomba membuat *design* menarik pada *cup* Starbucks setiap hari tertentu agar membangkitkan kreatif konsumen dalam

beraktifitas. Hal lainnya yang dapat dikembangkan oleh Starbucks dengan memperbanyak *electronic socket* dan menambah kapasitas kecepatan *wifi* Starbucks di setiap gerai Starbucks Jakarta untuk meningkatkan produktifitas konsumen.

6. Kepuasan saat pengambilan keputusan dan layanan yang diberikan Starbucks menjadi satu hal yang sangat penting dan harus sangat diperhatikan. Konsumen dapat mengambil keputusan dan penilaian terhadap layanan yang diberikan Starbucks tersebut salah satunya dari bagaimana Starbucks memberikan hidangan yang menjadi keputusan yang tepat dan layanan yang memuaskan kepada konsumennya. Starbucks di Jakarta dapat melakukan evaluasi terhadap kepuasan yang di timbulkan baik pada waktu menikmati Starbucks di gerai Starbucks itu sendiri maupun bersama rekan dan lainnya serta memberikan tambahan layanan saat konsumen bertransaksi secara rutin (*regular*) maka para *barista* seharusnya melakukan percakapan yang lebih *intens* (seperti: menanyakan kabar atau suasana hati saat itu, dan lain-lain) kepada konsumennya. Hal lainnya yang dapat dikembangkan oleh Starbucks yaitu layanan untuk para ibu-ibu yang punya bayi maka disediakan *high chair* (kursi bayi) agar lebih nyaman untuk sang bayi dan ibunya yang berada di gerai Starbucks. Untuk Starbucks meningkatkan kualitas Starbucks maka diadakan demo daun teh dan biji kopi pilihan Starbucks dan wanginya varian biji kopi bubuk yang tersedia. Dalam meningkatkan pengalaman yang menyenangkan maka konsumen diberikan ukuran minuman dengan ukuran yang kecil seperti yang sudah diterapkan di luar negeri Starbucks (seperti: mini Frappuccino). Dalam meningkatkan pengalaman yang menyenangkan maka Starbucks dapat menyediakan *e-book* untuk membaca koran, majalah, dan lainnya

yang di letakkan pada meja khusus para Starbuckers sambil menikmati nuansa di gerai dan hidangannya.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Peneliti telah melakukan penelitian dengan tema *modern design* maka dengan itu untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mendapatkan responden yang berkunjung ke gerai Starbucks dengan tema selain *modern design* seperti *heritage design* (Stasiun Kota dan Ubud Bali) dan *cultural design* (Palembang) di gerai Starbucks Indonesia.
2. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya membuat perbandingan objek penelitian antara tema gerai *modern design* dengan tema *design* lainnya di wilayah Indonesia yang di pilih.
3. Penelitian ini untuk selanjutnya dapat diterapkan dengan menggunakan suatu objek penelitian lain yang berbeda (yaitu gerai kopi lokal seperti Bengawan Solo, Bangi Kopitiam, dan lain-lain) jadi harapannya agar hasil penelitiannya dapat dibandingkan dengan Starbucks (*brand* global).
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam pada dimensi *sensory* karena penelitian ini masih kurang *reliable* pada dimensi *sensory*.