BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan pada bab IV, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa ekuitas merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Starbucks Coffee di Yogyakarta didukung. Berdasarkan hasil penelitian variabel ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Starbucks Coffee di Yogyakarta.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Starbucks Coffee di Yogyakarta didukung. Dengan demikian variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Starbucks Coffee di Yogyakarta.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa ekuitas merek berpengaruh positif terhadaployalitas pelanggan pada Starbucks Coffee di Yogyakarta didukung. Dengan demikian variabel ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Starbucks Coffee di Yogyakarta.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi berpengaruh positif terhadap ekuitas merek pada loyalitas pelanggan pada Starbucks Coffee di Yogyakarta didukung. Dengan demikian variabel

Kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi berpengaruh positif terhadap ekuitas merek pada loyalitas pelanggan pada Starbucks Coffee di Yogyakarta.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki batasan sehingga hasil penelitian yang dilakukan belum menunjukkan hasil yang maksimal. keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Penelitian ini hanya mengukur variabel ekuitas merek, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penulis memberikan saran-saran yang mungkin dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dan bahan koreksi untuk perbaikan, diantaranya adalah

1. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan kajian ulang terhadap penelitian ini disarankan penelitian tidak hanya melakukan penelitian di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bagi peneliti yang ingin melakukan kajian ulang terhadap penelitian ini disarankan untuk menambahkan variabel agar penelitian makin menambah ilmu wawasan kususnya dibidang pemasaran.