

## BAB V PENUTUP

### V.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh Daya Tarik Iklan di *Official Account* Line “*Tumbler Day*” Starbucks Coffeeterhadap *Brand Loyaltysurveikepada FollowersOfficial Account* LINE Starbucks Coffee. Pembahasan yang didapat dari penyebaran dari kuesioner yang kemudian data tersebut diolah dengan SPSS versi 21, maka peneliti menyimpulkan:

1. Karakteristik responden yang berjumlah 100 terdiri dari 45 responden laki-laki dan 55 responden perempuan, yang merupakan sampel dari penelitian kepada *FollowersOfficial Account* Line Starbucks Coffee.
2. Hasil dari analisis inferensial didapatkan hasil koefisien korelasi  $r$  yaitu = 0,697, nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat karena terletak diantara 0,60 – 0,799, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Daya Tarik Iklan (Variabel X) terhadap *Brand Loyalty* (Variabel Y) memiliki hubungan yang kuat.
3. Berdasarkan hasil dari uji determinasi, yaitu untuk menghitung besarnya peran atau pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Diketahui nilai Korelasi ( $r$ ) = 0,697, maka dapat dikatakan 48,5% *Brand Loyalty* (Variabel Y) ditentukan oleh Pengaruh Daya Tarik Iklan. Dan sisanya sejumlah 51,5% ditentukan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini atau sebagainya Misalnya pengaruh dari *word of mouth*, iklan luar ruang dan lain sebagainya.
4. Hasil dari uji hipotesis dengan uji t, diperoleh t hitung sebesar 9,622 dan t tabel sebesar  $>1,660$  maka dapat ditentukan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh Daya Tarik Iklan di *Official Account* Line “*Tumbler Day*” Starbucks Coffeeterhadap *Brand Loyaltysurveikepada FollowersOfficial Account* Line Starbucks Coffee.

## V.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan judul Pengaruh Daya Tarik Iklan di *Official Account* Line “Tumbler Day” *Starbucks Coffee* terhadap *Brand Loyalty* survei kepada *Followers Official Account* Line *Starbucks Coffee*, maka peneliti memberikan saran yaitu :

1. *Starbucks Coffee* sebaiknya meningkatkan kualitas beriklan seperti meningkatkan kualitas daya tarik dalam beriklan di sosial media, iklan luar ruang sehingga para *followers* dan konsumen merasa lebih tertarik lagi dalam melakukan pembelian berkala.
2. Untuk mencapai tujuan sebaiknya *Starbucks Coffee* lebih kreatif dan berinovasi lagi dalam beriklan di sosial media untuk meningkatkan ketertarikan dalam melakukan pemasaran atau marketing produknya contohnya pemasaran tidak hanya melakukan di mall-mall saja, sebaiknya *Starbucks Coffee* mengadakan kegiatan Event dan hiburan dengan mengundang penyanyi-penyanyi papan atas Indonesia dan mengajak komunitas-komunitas pecinta kopi untuk berpartisipasi.
3. Serta *Starbucks Coffee* harus memperhatikan para *followers-followersnya* agar tetap terus ikut berkontribusi bersama konsumen dari *Starbucks Coffee* karena itulah kunci terciptanya Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*).