

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi Starbucks Coffee Indonesia dalam menjaga loyalitas pelanggannya di masa pandemi covid-19 melalui unggahan-unggahan pada Instagram @starbucksindonesia pada penelitian dengan judul **“Penggunaan akun Instagram @starbucksindonesia sebagai Sarana Promosi Starbucks Indonesia dalam Meningkatkan Loyalitas di Era Pandemi Covid-19”**. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penggunaan *Instagram @starbucksindonesia* dikatakan efektif sebagai alat promosi *Starbucks* Indonesia di masa pandemi covid-19, Bahwa unggahan-unggahan pada *Instagram @starbucksindonesia* hanya sebagai *visual display* yang dapat menarik perhatian saja namun belum menimbulkan keinginan para pengikut untuk membeli produk *Starbucks Coffee* Indonesia,
2. Selain itu, *Starbucks Coffee* Indonesia melakukan langkah guna mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memberikan beragam promosi melalui *delivery order*, seperti (*GoFood, GrabFood*, dan juga *ShopeeFood*) yang di maksimalkan oleh *Starbucks Coffee* Indonesia,
3. *Starbucks Coffee* Indonesia secara konsisten tidak hanya melayani pelanggan dengan menyajikan pesanan makanan atau minuman yang pelanggan beli, namun juga mengedepankan serta *meningkatkan good service* dan *treat customer* dengan baik, sehingga mereka bukan hanya menikmati produk dari *Starbucks Coffee* Indonesia saja tetapi juga pelayanan atau *service* yang diberikan oleh para barista *Starbucks Coffee* Indonesia.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Starbucks Coffee Indonesia

1. Peneliti menyarankan agar Starbucks Indonesia memberikan unggahan-unggahan yang lebih menarik lagi bagi pelanggan supaya tidak hanya menarik pelanggan tetapi juga mampu menimbulkan keinginan membeli bagi pelanggan,
2. Penulis berharap agar *Starbucks* Indonesia secara konsisten tetap memberikan beragam promosi dan mengedepankan kualitas produk serta pelayanan yang terbaik dari para barista,
3. Peneliti menyarankan tetap mengedepankan pelayanan yang baik kepada pelanggan mereka untuk menjaga loyalitas pelanggan khususnya semasa pandemi covid-19.

5.2.2 Saran Bidang Akademik

Penelitian ini berfokus pada penggunaan akun *Instagram* sebagai sarana promosi, maka dari itu kemungkinan penelitian serupa akan berkembang seiring perkembangan teknologi internet dan mengenai penggunaan media sosial *Insta*