KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan data berupa hasil kuisioner yang telah dikumpulkan dan telah diolah oleh peneliti dengan uji – uji yang ada, juga dengan berbagai hasil analisa data, maka simpulannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Promosi harga yang dilakukan oleh Blitzmegaplex mempengaruhi loyalitas merek pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie secara signifikan. Berbagai promosi harga yang pernah diberikan oleh Blitzmegaplex dirasakan manfaatnya oleh responden. Menurut mayoritas responden, dari berbagai promosi harga yang pernah dilakukan oleh Blitzmegaplex, seperti *discount* 15%, *buy 2 tikcet get 1 free combo package*, dan juga *buy 1 get 1 ticket free*, promosi harga yang paling menarik adalah promosi *buy 1 get 1 ticket free*. Menurut mayoritas responden, promosi dari Blitzmegaplex dengan memanfaatkan fitur PlusFriend KakaoTalk sangat menarik minat para pelanggan.
2. Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie cenderung masuk dalam kategori *switcher* dalam tingkatan loyalitas merek. Hal ini dikarenakan banyak responden cenderung menonton di Blitzmegaplex karena adanya promosi yang diberikan oleh Blitzmegaplex. Dalam tingkatan loyalitas, kategori *switcher* merupakan tingkat paling dasar. Jika diidentifikasikan, konsumen pada tingkat ini merupakan pembeli yang sama sekali tidak loyal pada suatu merek atau terbilang suka berpindah-pindah merek.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie cenderung bertipe *switcher* dikarenakan dengan karakteristik mereka yang masih tergolong muda, dan juga dengan pendapatan mereka yang masih belum tetap. Mereka memilih penggunaan Fitur PlusFriend pada KakaoTalk untuk mendapatkan promosi harga, khususnya untuk Blitzmegaplex. Hal ini guna untuk memberikan refreshing pada responden, namun mereka tidak perlu merogoh kocek yang besar, sehingga mereka terus mencari promosi harga. Dikarenakan Blitzmegaplex memberikan promosi harga melalui aplikasi KakaoTalk, maka mayoritas responden memilih menonton dengan promosi harga yang diberikan oleh Blitzmegaplex tersebut sehingga dapat menghemat pengeluaran responden yang merupakan mahasiswa.

B. Saran

1. Saran Akademis :

a. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat menambah berbagai variabel-variabel bebas lainnya yang belum diteliti oleh peneliti untuk membantu menjelaskan variabel bebas loyalitas merek pada penelitian ini.

b. Melakukan penelitian ini dengan metodologi kualitatif sehingga hasil yang didapatkan bisa lebih mendalam mengenai loyalitas maupun mengenai promosi penjualan yang dilakukan oleh Blitzmegaplex.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Saran Praktis :

a. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, promosi penjualan yang telah dilakukan oleh Blitzmegaplex sangatlah menarik. Promosi seperti *buy 1 get 1* merupakan promosi yang paling digemari oleh mahasiswa program studi komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Peneliti menyarankan agar Blitzmegaplex memberikan berbagai jenis promosi lainnya yang lebih unik dan lebih menarik lagi, dan juga disertai dengan peningkatan layanan, sehingga konsumen tidak hanya menonton karena adanya promosi semata, tetapi karena sikap loyalitas mereka terhadap Blitzmegaplex.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.