

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh sebagai hasil pengolahan data peran *Brand Prestige* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Behavioral Loyalty* pada restoran *Bandar Djakarta Ancol* dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Brand prestige* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini berarti semakin tinggi konsumen merasakan merek prestige, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap Bandar Djakarta Ancol.
2. *Brand prestige* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *behavioral loyalty*. Hal ini dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya *brand prestige* tidak membawa pengaruh apapun bagi *behavioral loyalty* pada Bandar Djakarta Ancol. Walaupun *brand prestige* telah dirasakan oleh konsumen Bandar Djakarta Ancol, namun hal ini tidak berdampak signifikan pada *behavioral loyalty*.
3. *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral loyalty*. Hal ini berarti semakin tinggi konsumen merasa puas, maka konsumen akan semakin loyal terhadap Bandar Djakarta Ancol.
4. *Brand prestige* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral loyalty* melalui *customer satisfaction*. Walaupun pengaruh *brand prestige* tidak signifikan langsung terhadap *behavioral loyalty*, namun melalui mediator *customer satisfaction* konsumen lebih dapat merasakan merek prestige karena konsumen merasa puas pada restoran Bandar Djakarta Ancol.





## B. Saran

### 1. Bagi Bandar Djakarta

a. Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa *behavioral loyalty* secara langsung dipengaruhi oleh *brand prestige* dan *customer satisfaction*. Maka dari itu, dalam meningkatkan loyalitas konsumen harus diiringi dengan peningkatan *brand prestige* dan *customer satisfaction*.

b. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *brand prestige* dan *customer satisfaction* berada pada kisaran setuju, yang berarti konsumen Bandar Djakarta Ancol sudah merasakan bahwa merek Bandar Djakarta Ancol tersebut bergengsi dan adanya kepuasan konsumen. Sehingga Bandar Djakarta Ancol diharapkan dapat mempertahankan *brand prestige* dan meningkatkan *customer satisfaction* sehingga konsumen Bandar Djakarta Ancol dapat menjadi loyal.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

a. Jumlah sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada 155 responden, sehingga hasil yang diperoleh mungkin kurang mewakili konsumen Bandar Djakarta Ancol dari seluruh wilayah DKI Jakarta. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan jumlah sampel penelitian sehingga data yang dihasilkan lebih bervariasi dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

b. Variabel dalam penelitian ini hanya terbatas pada *brand prestige* dan *customer satisfaction* yang mendorong *behavioral loyalty*. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lainnya seperti *brand awareness*, *brand personality*, *service quality*, dan lain-lain sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kompleks dan lebih baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.