



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Kesimpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Kesimpulan yang diperoleh sebagai hasil pengolahan data *Brand Trust* berpengaruh terhadap *Behavioral loyalty* melalui *Customer Satisfaction* yaitu diuraikan sebagai berikut :

1. *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral loyalty*. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap merek, maka semakin tinggi sikap loyalitas konsumen.
2. *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction*. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap merek, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.
3. *Customer satisfaction* berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral loyalty*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya *Customer satisfaction* tidak membawa pengaruh apapun bagi *Behavioral loyalty* pada Bandar Djakarta Ancol. Walaupun *Customer satisfaction* telah dirasakan oleh konsumen Bandar Djakarta Ancol, namun hal ini tidak berdampak pada *Behavioral loyalty*.
4. *Brand trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral loyalty* melalui *Customer satisfaction*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya *Brand Trust* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Loyalty* walaupun dilihat melalui *Customer Satisfaction* pada Bandar Djakarta Ancol.

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.



Walaupun *Brand Trust* telah dirasakan oleh konsumen Bandar Djakarta Ancol, namun hal ini tidak berdampak pada *Behavioral Loyalty* walaupun dilihat dari *customer satisfaction*.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Saran

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

1. Bagi Bandar Djakarta Ancol
 - a. Bandar Djakarta Ancol diharapkan dapat mempertahankan kualitas merek dan meningkatkannya sehingga kepercayaan atas merek yang sudah dimiliki oleh para konsumennya tetap terjaga. Dengan mempertahankan aspek *Trust*, diharapkan konsumen Bandar Djakarta Ancol enggan beralih kepada resto lain.
 - b. Dari hasil pertanyaan tentang *Behavioral Loyalty*, yaitu pernyataan tentang Saya selalu berbicara yang positif tentang restoran Bandar Djakarta Ancol, terdapat 37.4% yang menjawab ragu – ragu atau sekitar 58 orang. Angka ini terbilang tinggi karena didalam pertanyaan lain angka ragu mendapat persentase yang rendah. Diharapkan Bandar Djakarta Ancol memberikan pelayanan lebih spesial untuk semua konsumen dengan harapan ketika konsumen selesai berada di Bandar Djakarta Ancol, konsumen akan dengan senang hati membicarakan hal yang positif tentang restoran Bandar Djakarta Ancol ini.
2. Bagi Akademisi
 - a. Jumlah sampel dalam penelitian ini terbatas hanya pada 155 responden sehingga hasil yang diperoleh mungkin kurang mewakili seluruh konsumen Bandar Djakarta Ancol. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih banyak

mengumpulkan responden sehingga hasil yang diperoleh dapat mewakili seluruh konsumen Bandar Djakarta Ancol.

- b. Variabel dalam penelitian ini hanya terbatas yaitu hanya *behavioral loyalty* dipengaruhi oleh *brand trust* melalui *customer satisfaction*. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih banyak mengambil variabel penelitiannya agar hasil penelitian yang diperoleh lebih bermanfaat untuk objek penelitian selanjutnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.