



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh *brand experience* terhadap *behavioral loyalty* melalui *brand trust* di restoran Bandar Djakarta Ancol dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand experience* berpengaruh positif secara langsung terhadap *behavioral loyalty* pada konsumen di restoran Bandar Djakarta Ancol.
2. *Brand experience* berpengaruh positif secara langsung terhadap *brand trust* pada konsumen di restoran Bandar Djakarta Ancol.
3. *Brand trust* berpengaruh positif secara langsung terhadap *behavioral loyalty* pada konsumen di restoran Bandar Djakarta Ancol.
4. *Brand experience* berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap *behavioral loyalty* melalui *brand trust* pada konsumen di restoran Bandar Djakarta Ancol. Berarti *brand trust* dapat menjadi variabel mediator atau mediasi antara *brand experience* dengan *behavioral loyalty*.

#### B. Saran

##### 1. Bagi restoran Bandar Djakarta Ancol

*Brand experience* mempengaruhi *behavioral loyalty* melalui *brand trust*.

Peningkatan suatu *behavioral loyalty* harus diiringi dengan peningkatan *brand experience* dan *brand trust*.

Restoran Bandar Djakarta Ancol perlu meningkatkan *intetectuall experience* konsumennya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan slogan yang mudah diucapkan

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.



dan mudah diingat konsumen, sama halnya seperti mascot atau logo Bandar  
Djakarta Ancol sudah cukup dikenal oleh masyarakat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Restoran Bandar Djakarta Ancol perlu meningkatkan *brand intention*, dengan menjamin semua bahan makanan yang digunakan terjamin kebersihan dan kesegarannya, hal tersebut dapat di realisasikan dengan *open kitchen*. Diharapkan hal tersebut semakin memberikan rasa aman dan percaya dari konsumen dan membuat konsumen merasa terjamin bahwa merek tersebut akan bertanggung jawab.

Restoran Bandar Djakarta Ancol perlu meningkatkan *behavioral loyalty* agar membuat konsumen selalu ingin makan di Restoran Bandar Djakarta Ancol. Hal ini dapat dilakukan dengan *member card* Bandar Djakarta Ancol, sehingga untuk konsumen yang akan makan di Restoran Bandar Djakarta Ancol mendapatkan diskon/ potongan harga untuk tiket masuk Ancol maupun untuk makan di Restoran Bandar Djakarta Ancol dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Restoran Bandar Djakarta juga dapat memberikan *gift* pada konsumen yang berulang tahun dan makan di Restoran Bandar Djakarta dengan minimum pembelian serta syarat dan ketentuan yang berlaku.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *brand experience*, *brand trust*, dan *behavioral loyalty* berada dikisaran setuju yang berarti konsumen sudah merasakan *brand experience*, *brand trust*, dan *behavioral loyalty* yang positif pada restoran Bandar Djakarta Ancol. Bandar Djakarta Ancol diharakan mampu mempertahankan dan terus meingkatkan *brand experience* dan *brand trust* untuk terus menghasilkan loyalitas konsumen yang tinggi.

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. Bagi Penelitian Selanjutnya

Ⓒ Variabel yang dipakai dalam penelitian ini hanya terbatas pada *brand experience*, *brand trust*, dan *behavioral loyalty*. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variable lain sehingga penelitian menjadi lebih kompleks dan menghasilkan penelitian yang lebih baik, Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan masukan dan acuan bagi penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode berbeda yang lebih baik dengan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *brand loyalty*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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