



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. *Functional value (quality/performance value)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen
2. *Functional value (price of money)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen,
3. *Emotional Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen,
4. *Social Value* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen

B. SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada perusahaan adalah :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Shaburi Shabui-Shabu sudah cukup baik, namun Restoran Shaburi di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara lebih baik meningkatkan lagi pelayanan serta kualitas produk, dengan cara memberikan *membership* kepada konsumen sehingga munculnya hubungan jangka panjang yang dapat memunculkan loyalitas konsumen terhadap Shaburi- Shabu-Shabu
2. dimensi seperti *Social Value* tidak memiliki nilai yang signifikan sehingga tidak mempengaruhi loyalitas konsumen. Oleh karena itu, Shaburi perlu melakukan usaha dalam meningkatkan performa yang diberikan kepada konsumen dan juga meningkatkan utilitas sosial dalam diri konsumen dengan cara melakukan acara-

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.

acara yang dapat membuat konsumen lebih berminat untuk datang ke Shaburi

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

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.





3. Walaupun *Functional Value (quality/performance)*, *Functional value (price of money)* dan *Emotional Value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, namun pihak Restoran Shaburi Shabu-Shabu tetap harus mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi nilai-nilai yang terangkum dalam dimensi-dimensi tersebut. Produk Shaburi Shabu-Shabu tetap harus selalu terjaga kualitasnya. Karena harga yang di bayarkan oleh konsumen harus sesuai dengan benefit yang di dapat oleh konsumen. Hal ini di maksudkan agar terciptanya perasaan positif dan senang pada diri konsumen terhadap Shaburi Shabu-Shabu dan nantinya akan membuat konsumen semakin loyal terhadap Shaburi Shabu-Shabu
4. Penulis menyarankan agar penelitian berikutnya dapat memberikan data penelitian yang lebih lengkap lagi serta menambahkan variabel penelitian yang dapat berguna bagi perusahaan yang akan diteliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.