KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak Cipta milik IBI KKG (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.

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Promosi yang diberikan Go Food kepada konsumen menarik.
2. Go Food memiliki kualiyas layanan yang baik.
3. Go Food memiliki citra merek yang baik.
4. Promosi berpengaruh positif terhadap preferensi merek pengguna Go Food di Wilayah Jakarta Utara.
5. Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap preferensi merek pengguna Go Food di Wilayah Jakarta Utara.
6. Citra merek berpengaruh positif terhadap preferensi merek pengguna Go Food di Wilayah Jakarta Utara.

B. Saran

1. Diharapkan perusahaan dapat mempertahankan kualitas layanan sehingga konsumen merasa puas saat menggunakan Go Food. Kualitas layanan yang baik dapat membuat konsumen lebih preferensi pada merek Go Food. Selain kualitas layanan, ada baiknya jika perusahaan meningkatkan promosi yang menarik supaya selain konsumen lama tetap setia menggunakan go food, perusahaan juga dapat menarik konsumen-konsumen baru. Citra merek perusahaan juga sangat penting, karena jika perusahaan memiliki citra yang baik, maka konsumen lebih prefer menggunakan merek tersebut.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Diharapkan perusahaan terus meningkatkan kualitas layanan dengan terus mengembangkan sistem aplikasi khususnya fitur Go Food, supaya aplikasi yang digunakan konsumen semakin mudah, praktis, dan menarik. Karena rata-rata pengguna Go Food adalah anak muda yang memperhatikan kemudahan teknologi.
3. Untuk mengembangkan penelitian, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memasukkan variabel lain, seperti identitas merek, tingkat kepercayaan, dan variabel- variabel lainnya yang mempengaruhi preferensi merek.

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.