

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai sikap *member privilege card* pada program loyalitas Mall Pakuwon Group dapat disimpulkan bahwa:

1. Sikap *member privilege card* adalah positif, baik dari aspek kognitif, afektif dan konatif. Namun skor pada aspek konatif lebih rendah dibanding dengan aspek kognitif dan afektif.
2. Sikap pada tabulasi silang dengan jenis kelamin, tingkat pendidikan dan sumber informasi mengenai *privilege card*, tidak memiliki kecenderungan yang berbeda.
3. Sumber informasi mengenai *privilege card* terbanyak dari *booth privilege*.

V. 2 Saran

Bagi divisi *privilege card* setelah dilakukan penelitian dan pengamatan, maka saran yang dapat peneliti berikan dengan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk lebih meningkatkan sikap positif pada *member*, pada tingkat pengetahuan *member mengenai* tenant yang bekerja sama, sebaiknya setiap tenant yang bekerja sama dengan *member* diberikan tanda khusus yang menunjukkan tenant tersebut merupakan tenant yang bekerja sama dengan *privilege*. Untuk mendorong *member* melakukan pembelian sebaiknya program – program yang di buat tidak memerlukan transaksi dalam jumlah besar, sehingga dapat memicu *member* m 72 penukaran poin. Selain itu untuk mempermudah *member* memperoleh informasi mengenai *privilege card* disarankan untuk mennggunakan media sosial sebaga media informasi bagi *member*.

Daftar Pustaka

- Azwar, Saifuddin. (2000). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Gaffar, Vanessa.(2007). *CRM dan MPR Hotel (customer Relationship Management and Marketing Public Relations)*. Bandung: Alfabeta.
- Hurlock, B. Elizabeth. (eds.). (1997). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar – dasar periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kriyantono, Rahmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mowen, C Jhon & Minor, Michael. (eds.). (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nova, Firsan. (2009). *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Nova, Firsan. (2012). *Republic Relations*. Jakarta: Media Bangsa.
- Ruslan, Rosadi. (2006). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri & Effendy, Sofian (eds).(2006). *Metode Penelitian survai*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Yeshin, Tony. (2004). *Integrated Marketing Communications*. Burlington: Elsevier Butterworth Heinemann

Jurnal

Tan, Liana Elviyanti. (2013). Sikap Pelanggan Mengenai Program CRM "Return Guest Program" di Surabaya Plaza Hotel. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, 235.

Wawancara

Yanit, Rosida. (2015, Oktober). Program Loyalitas *Privilege Card* Mall Pakuwon Group. Hasil wawancara.