

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang diperoleh pada penelitian ini mengenai tingkat pengetahuan member *restaurant* Bandar Djakarta Surabaya mengenai promo harian melalui media *message application* adalah tinggi. Hasil temuan penelitian ini dapat dikatakan tinggi, karena lebih banyak responden pada penelitian ini yang menjawab tahu, dari berbagai macam pernyataan pada kuesioner tingkat pengetahuan.

V.2. Saran

V.2.1 Akademis

Setelah melakukan penelitian mengenai tingkat pengetahuan member *restaurant* Bandar Djakarta Surabaya mengenai promo harian melalui media *messenger application*. Peneliti berpendapat bahwa, lebih baik penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan menggunakan metode survei.

Sehingga jawaban responden mengenai tingkat pengetahuan member *restaurant* Bandar Djakarta Surabaya mengenai promo harian melalui media *messenger application* dapat memberikan hasil langsung secara cepat dan dekat dengan responden. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa atau lainnya, serta dapat diteliti dengan objek penelitian lain dalam kegiatan komunikasi.

V.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan pada hasil penelitian, masih terdapat beberapa responden yang menjawab tidak setuju terhadap beberapa pernyataan, Hal ini agar dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak restoran Bandar Djakarta Surabaya. Peneliti berharap agar pihak tim *marketing communication restaurant* Bandar Djakarta Surabaya lebih aktif lagi.

Terutama dalam mensosialisasikan atau mengkomunikasikan adanya fasilitas kartu member / kartu *community of* Bandar Djakarta (*combad*) tersebut. Sehingga masyarakat sekitar Surabaya mengetahui dan menjadi lebih paham akan program *event* yang ada, serta mengetahui kegunaan dan manfaat dari fasilitas kartu member atau kartu *community of* Bandar Djakarta (*combad*) yang dimiliki *restaurant seafood* Bandar Djakarta Surabaya. Selain itu semoga penelitian ini dapat menjadi referensi informasi pendukung pengembangan yang lebih baik lagi bagi *restaurant seafood* Bandar Djakarta Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, Eileen. (2010). *Working the crowd: Social Media Marketing for Business*. UK: *British Informatics Society Limited (BISL)*
- Dewi, M & Wawan, A. (2010). *Teori & Pengukuran Pengetahuan Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Muha Medika
- Effendi, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Irwansyah, Yulianti Neni. (2011). *Corporate and Marketing communication*. Jakarta
- Karamoy, Amir. (2000). *Sukses Usaha Lewat Waralaba*, Jakarta: Jurnalindo Aksara Grafika
- Kennedy, Jhon E & R. Dermawan Soemanagara (2006). *Marketing Communication: Taktik & Strategi*, Bhuana Ilmu Komputer, Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer
- Nasrullah, Rulli, (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi Budaya Dan Siositeknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Singh, Diamond (2015). *Social Media Marketing For Dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons
- Sari, Endang S. (1993). *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Yogyakarta: Andy Offset
- Torsina, M. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Tomy Suryadi, Matius (2014). *The Best Android Apps for Chatting*. Yogyakarta: CV. Penerbit Andi