



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Economic benefits* memiliki pengaruh positif terhadap *positive attitude towards m-coupons* dengan nilai *t-value* sebesar 12.19. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan – keuntungan yang diberikan oleh Zomato Gold memengaruhi sikap atau persepsi member Zomato Gold terhadap Zomato Gold.
2. *Convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *positive attitude towards m-coupons* dengan nilai *t-value* sebesar 3.48. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dari sistematisa penggunaan untuk melakukan *unlock* Zomato Gold memengaruhi sikap atau persepsi member Zomato Gold terhadap Zomato Gold.
3. *Positive attitude towards m-coupons* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to redeem m-coupons* dengan nilai *t-value* sebesar 14.81. Hal ini menunjukkan bahwa sikap atau persepsi dari member Zomato Gold terhadap Zomato Gold memengaruhi keinginan member Zomato Gold untuk melakukan *unlock* Zomato Gold.
4. *Social influence* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to redeem m-coupons* dengan nilai *t-value* sebesar 3.08. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh

lingkungan sosial terdekat mengenai Zomato Gold memengaruhi keinginan member Zomato Gold untuk melakukan *unlock* Zomato Gold.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa faktor yang memengaruhi *intention to redeem m-coupons*. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan jumlah *unlock* Zomato Gold atau yang lebih umum dikenal dengan istilah *redemption coupons*, yaitu:

1. Member Zomato Gold cenderung ingin melakukan *unlock* Zomato Gold karena menganggap bahwa restoran yang menjadi mitra Zomato Gold mampu memberikan penawaran yang menguntungkan dan membantu menghemat uang mereka. Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan ketika akan menjalin kerjasama dengan restoran – restoran, memperhatikan *range* harganya, kemudian melihat jenis dari makanan atau minuman yang dijual apakah dapat menimbulkan keinginan member Zomato Gold untuk menggunakan Zomato Gold di restoran tersebut.
2. Zomato Gold tidak hanya berbicara tentang mendapatkan keuntungan secara finansial seperti diskon atau bentuk promo lainnya. Zomato Gold diharapkan mampu untuk menjadi sebuah gaya hidup baru ketika akan makan di luar. Hal ini dapat diimplementasikan dengan cara membuat *event* dengan skala mikro secara rutin yang mengundang secara khusus member Zomato Gold untuk ikut serta merasakan *experiences* yang tidak semua orang bisa dapatkan secara gratis. *Event* seperti *coffee cupping*, *baking class* dan juga *cooking class* merupakan beberapa contoh dari *event* yang bisa diadakan dengan tujuan sebagai ajakan untuk ikut

bergabung ke dalam sebuah gaya hidup yang baru dalam dunia kuliner terutama untuk makan di luar.

5.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan masih jauh dari kata sempurna sehingga terdapat beberapa saran yang dapat digunakan untuk menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, diantaranya:

1. Penelitian ini membahas mengenai faktor – faktor apa saja yang memengaruhi *intention to redeem m-coupons* Zomato Gold atau istilah yang digunakan dari Zomato Gold adalah *unlock* Zomato Gold. Hal ini membuat penelitian kurang maksimal karena belum diketahuinya faktor – faktor yang memengaruhi seseorang untuk mau melakukan pembelian atau memutuskan untuk mengeluarkan sejumlah uang untuk tergabung dengan sebuah *membership program* Zomato Gold ini. Dengan menarik fenomena kepada hal tersebut maka hasil yang didapat akan melengkapi penelitian ini. Oleh karena itu bagi penelitian selanjutnya akan lebih baik jika melakukan analisis faktor – faktor apa saja yang memengaruhi seseorang berlangganan Zomato Gold atau *mobile coupons membership program* lainnya.

2. Penelitian ini terbatas pada penelitian mengenai *online coupons* saja sebagai objek penelitian. Untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik jika dapat meneliti kedua kupon online maupun tradisional sebagai objek dari penelitian yang dapat menggunakan acuan pada penelitian Jung & Lee (2010) yang melakukan penelitian pada *online dan offline coupons redemption behaviors*.

3. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah *likert* 1-7, sehingga responden cenderung hanya memilih sangat tidak setuju atau sangat setuju untuk pendapat mereka. Saran untuk peneliti selanjutnya, dapat digunakan skala pengukuran *likert* 1-5 dalam penelitian yang berhubungan dengan *brand*