



Gaya komunikasi yang terus berubah seiring berkembangnya zaman, tentu harus diselaraskan dengan strategi yang akan dijalankan oleh pihak Royal Plaza Surabaya agar dapat mempertahankan konsumen khususnya remaja sehingga dapat mempertahankan konsumen agar tidak berpaling ke pesaing lain.

2. Selain untuk image Royal Plaza, remaja harusnya dapat menempatkan diri di lingkungan sekitar agar tidak terjadi *kecolongan* sikap yang menjadi tolak ukur pengunjung lainnya untuk berbelanja atau sekedar jalan – jalan di mall tersebut.
3. Sebagai penelitian yang mungkin perlu untuk ditindak lanjuti lagi untuk penelitian berikutnya, karena objek yang peneliti teliti ini cukup menarik untuk dilakukan penelitian ulang dan masih banyak yang perlu di eksplor untuk objek ini.

