

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Asosiasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai mediasi *brand trust* pada pengaruh *customer experience* dan *customer engagement* terhadap *brand loyalty* Bukalapak, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust* Bukalapak. Hal ini berarti semakin baik *customer experience*, maka *brand trust* juga akan semakin tinggi.
2. *Customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust* Bukalapak. Hal ini berarti semakin tinggi *customer engagement*, maka *brand trust* juga akan semakin tinggi.
3. *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* Bukalapak. Hal ini berarti semakin baik *customer experience*, maka *brand loyalty* juga akan semakin tinggi.
4. *Customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* Bukalapak. Hal ini berarti semakin tinggi *customer engagement*, maka *brand loyalty* juga akan semakin tinggi.
5. *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* Bukalapak. Hal ini berarti semakin tinggi *brand trust*, maka *brand loyalty* juga akan semakin tinggi.
6. *Brand trust* memediasi pengaruh *customer experience* terhadap *brand loyalty* Bukalapak. Hal ini berarti semakin baik *customer experience*, maka *brand trust* juga akan semakin tinggi yang berdampak terhadap semakin tinggi pula *brand loyalty*.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





7. *Brand trust* memediasi pengaruh *customer engagement* terhadap *brand loyalty*

Bukalapak. Semakin tinggi *customer engagement*, maka *brand trust* juga akan semakin tinggi yang berdampak terhadap semakin tinggi pula *brand loyalty*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Bukalapak

- a. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *customer service* Bukalapak kurang cepat tanggap dalam membantu membantu menyelesaikan masalah pelanggan. Oleh karena itu, Bukalapak disarankan untuk lebih aktif dan cepat tanggap dalam merespon permasalahan pelanggan agar penanganan dapat lebih baik, sehingga tercipta pengalaman yang baik pula. Peneliti menyarankan Bukalapak untuk memiliki staff admin yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan yang masuk dan harus memperhatikan kesantunan dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Hal ini dilakukan agar menciptakan kesan yang baik dalam *customer experience*, sehingga pada akhirnya membuat pelanggan loyal dan berkeinginan untuk terus berbelanja *online* di Bukalapak.
- b. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa pelanggan masih kurang antusias untuk berinteraksi dengan Bukalapak melalui media sosial Instagram, seperti kurang aktif dalam mengikuti kegiatan *event* atau *giveaway*. Dengan demikian, Bukalapak disarankan untuk dapat menciptakan aktivitas *engagement* yang lebih efektif lagi dengan meninjau ulang konten-konten digital yang digunakan. Hal ini bertujuan supaya Bukalapak tidak hanya memotivasi pelanggan untuk berinteraksi saja, tetapi mampu membuat pelanggan untuk bersikap loyal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



terhadap Bukalapak. Aktivitas-aktivitas seperti kegiatan *giveaway* atau *event* lainnya melalui media sosial Instagram diharapkan dapat menarik minat pelanggan untuk mengunjungi *website*/aplikasi Bukalapak. Selain itu Bukalapak disarankan untuk tetap mempertahankan konsistensi kualitas layanan terbaiknya pada media sosial Instagram agar pelanggan lebih termotivasi untuk berinteraksi, sehingga tercipta wadah interaksi pelanggan dalam suatu komunitas yang solid, sebagai wujud dari tahap tertinggi proses *engagement*, yaitu *collaboration*.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap Bukalapak sudah cukup baik. Dengan demikian, peneliti menyarankan agar Bukalapak dapat tetap mempertahankan kepercayaan pelanggannya dengan baik, terlebih lagi dengan mengedepankan kepeduliannya kepada pelanggan. Dalam hal ini, manajemen Bukalapak dapat melakukan pendisiplinan pada mitranya baik *merchant* maupun staff *customer service* agar tidak ada kesalahan prosedur pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa Bukalapak selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini meneliti loyalitas secara general sehingga hasil penelitian yang ditemukan adalah positif dan belum dapat menjawab fenomena penelitian secara keseluruhan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan berfokus pada disloyalitas untuk mengetahui apakah hal tersebut akan mengarah pada perilaku beralih (*switching behavior*). Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan media sosial lainnya selain Instagram yang belum dieksplorasi lebih lanjut, seperti Facebook atau Twitter, sehingga akan memberikan hasil yang berbeda.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.