

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media sosial berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan CV. Rumah Lamongan. Penggunaan media sosial untuk hiburan, interaksi, dan tren terbukti berkontribusi pada peningkatan loyalitas.
2. Tingkat Kepercayaan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa konsistensi, kejujuran, transparansi, dan komunikasi efektif dari CV. Rumah Lamongan sangat penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.
3. Komunikasi tidak berkontribusi terhadap Loyalitas. Aspek komunikasi perlu diperbaiki untuk lebih efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Media sosial berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan melalui customer bonding. Keterlibatan pelanggan melalui media sosial yang mengarah pada ikatan emosional dapat meningkatkan loyalitas secara signifikan.
5. Tingkat kepercayaan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan melalui customer bonding. Hubungan yang

dibangun berdasarkan kepercayaan dapat diperkuat melalui customer bonding, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

6. Komunikasi juga berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan melalui customer bonding, Adalah hal yang sangat penting menekankan komunikasi yang efektif dalam membangun ikatan emosional dengan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas.
7. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu penggunaan sampel yang terbatas pada pelanggan CV. Rumah Lamongan, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili populasi konsumen secara keseluruhan. Selain itu, pengukuran variabel seperti loyalitas dan kepercayaan mungkin tidak mencakup semua dimensi yang relevan, mengingat kompleksitas dan subjektivitasnya. Metode penelitian yang digunakan juga memiliki keterbatasan dalam menangkap dinamika perilaku konsumen yang lebih kompleks, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih mendalam dan beragam di masa depan.

5.2. Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya:

1. Meningkatkan interaksi dengan layanan yang disesuaikan melalui media sosial. Perkuat kehadiran dengan konten relevan, respons cepat, dan kampanye interaktif. Manfaatkan data pelanggan untuk personalisasi, segmentasi, dan program loyalitas digital terintegrasi.
2. Meningkatkan tingkat kepercayaan melalui kejujuran yang diimplementasikan melalui sistem pelaporan dan komunikasi yang terbuka, bahwa semua klaim dan janji dapat dipenuhi secara konsisten.
3. Memperluas upaya dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen secara lebih efektif dan tepat waktu, mengimplementasikan sistem pengelolaan informasi yang lebih terstruktur dan responsif dengan memanfaatkan teknologi untuk memberikan akses cepat dan mudah terhadap informasi produk, kebijakan perusahaan, dan layanan tambahan.
4. Meningkatkan interaksi yang menunjukkan rasa hormat terhadap pelanggan dengan layanan yang ramah dan profesional yaitu mengembangkan program pelatihan khusus untuk karyawan yang berfokus pada keterampilan komunikasi interpersonal dan kepekaan terhadap kebutuhan individual pelanggan. Memfasilitasi platform atau acara yang memungkinkan pelanggan untuk memberikan umpan balik secara langsung.

5. Memperkuat loyalitas dengan insentif menarik, meningkatkan interaksi personal, responsif terhadap umpan balik pelanggan, melakukan kampanye edukasi produk, dan membangun kemitraan strategis dengan perusahaan lain.
8. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti tentang media sosial, tingkat kepercayaan, komunikasi, customer bonding, dan loyalitas pelanggan. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel Reputasi Perusahaan (Corporate Reputation) agar hasil penelitian lebih relevan dan akurat.