

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Supermarket Bilka di Surabaya mengenai pengaruh *social media* Instagram terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust* dan *brand equity*, berikut kesimpulannya:

1. Mayoritas responden penelitian ini adalah perempuan muda dengan pendapatan menengah dan pendidikan Strata 1, yang menunjukkan bahwa Supermarket Bilka lebih menarik bagi konsumen perempuan dan generasi muda.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh instagram terhadap *brand loyalty* sebagian besar melalui peningkatan *brand trust*, dan juga melalui *brand equity* yang membangun citra merek yang kuat. Selain itu, *brand equity* yang kuat, yang dibangun melalui Instagram, juga meningkatkan loyalitas konsumen.
3. Supermarket Bilka dapat meningkatkan kepercayaan, ekuitas merek, dan loyalitas pelanggan melalui Instagram dengan beberapa strategi manajemen. Memanfaatkan optimalisasi Instagram lalu meningkatkan interaksi aktif dengan pengikut melalui responsif terhadap komentar, tanya jawab, dan penawaran eksklusif serta fokus pada pembangunan *brand trust* dengan menjaga kualitas produk dan informasi. Selain itu memperkuat *brand equity* dengan menonjolkan nilai dan keunggulan Supermarket Bilka serta mengembangkan program loyalitas pelanggan

5.2 Saran

Supermarket Bilka disarankan untuk lebih mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai platform pemasaran utama dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti Instagram *Stories*, *Reels*, dan *Live Sessions*. Melalui konten yang informatif, menarik, dan konsisten, Bilka dapat memperkuat *brand trust* dan *brand equity*, sehingga meningkatkan kepercayaan serta membentuk persepsi positif bahwa Bilka adalah supermarket yang modern, responsif, dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan. Persepsi positif ini tercermin dari citra merek yang profesional, pelayanan yang cepat tanggap, serta penawaran produk yang berkualitas. Selain itu, respons yang cepat dan keterlibatan aktif dalam menjawab pertanyaan atau keluhan pelanggan sangat penting untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Dengan strategi ini, Supermarket Bilka dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat posisinya di pasar.