

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan pada pengaruh social media marketing, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di KJSB Rafi Hafied Fathoni sebesar 57,1% dengan signifikansi sebesar 0,000. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan social media marketing dengan membuat konten media sosial yang dapat memberikan informasi bagi konsumen dapat meningkatkan loyalitas konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni sebesar -49,3% dengan signifikansi sebesar 0,010. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa aspek pelayanan kurang bisa memenuhi harapan konsumen.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni sebesar 50,7% dengan signifikansi sebesar 0,000. Artinya semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen maka berdampak pada tingginya loyalitas konsumen pada KJSB Rafi Hafied Fathoni. Hal ini memberikan gambaran ketika KJSB Rafi Hafied Fathoni dapat menjaga kepercayaan konsumen, maka loyalitas konsumen akan semakin tinggi.
4. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni sebesar 18,8% dengan signifikansi sebesar 0,045. Artinya semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat meningkatkan loyalitas konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut.

### 1. Bagi Perusahaan

KJSB Rafi Hafied Fathoni perlu memastikan bahwa seluruh layanan yang diberikan melalu *social media marketing* dapat memenuhi harapan konsumen dan untuk menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi konsumen, seperti memberikan pelayanan yang responsif dan ramah. Perusahaan juga disarankan untuk mendengarkan masukan dari konsumen melalui survei kepuasan atau evaluasi layanan secara rutin sehingga dapat membantu perusahaan mengidentifikasi kekurangan dan peluang perbaikan kedepan. Respons yang cepat dan tanggap terhadap keluhan atau masukan juga akan meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan loyalitas konsumen.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai topik permasalahan yang sama dengan penelitian ini disarankan menggunakan variabel lain diluar variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti nilai yang dirasakan pelanggan atau inovasi teknologi yang digunakan perusahaan dikarenakan hasil penelitian ini juga menyebutkan bahwa loyalitas konsumen KJSB juga disebabkan oleh penggunaan teknologi oleh perusahaan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat memperluas ruang lingkup objek penelitian misalnya melibatkan konsumen dari berbagai wilayah atau sektor yang menggunakan layanan KJSB, sehingga hasilnya lebih representatif.