

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab Pembahasan sebelumnya, maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

*Social Media Marketing* Instagram tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada *J.CO Donuts & Coffee Ringroad City Walks Mall* kota Medan, telah dilakukan pengujian dan terbukti kebenarannya, dengan demikian hipotesis pertama ditolak.

Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen pada *J.CO Donuts & Coffee Ringroad City Walks Mall* kota Medan, telah dilakukan pengujian dan terbukti kebenarannya, dengan demikian hipotesis kedua diterima.

Secara simultan (bersama-sama) membuktikan bahwa *Social Media Marketing* Instagram dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen pada *J.CO Donuts & Coffee Ringroad City Walks Mall* kota Medan. Dengan demikian hipotesis ke tiga diterima.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi *J.CO Donuts & Coffee*

Pihak J.CO *Donuts & Coffee* sebaiknya lebih maksimal lagi di dalam mempromosikan akun instagram @Jcoindonesia, dikarenakan dalam penelitian ini ternyata variabel *Social Media Marketing* instagram indikator kampanye masih memiliki nilai jawaban rata-rata sebesar 3,28 dan masih dalam jawaban ragu-ragu, dan hal ini juga sejalan dengan deskripsi responden berdasarkan kunjungan instagram dimana masih terdapat 39% responden yang masih belum pernah mengunjungi instagram @Jcoindonesia . Dengan demikian sebaiknya pihak J.CO mewajibkan seluruh gerai untuk mengedukasi setiap konsumen langsung secara verbal tentang keberadaan instagram @J.COindonesia agar indikator-indikator seperti kampanye, konten yang relevan, kekinian konten dan popularitas konten memiliki pengaruh yang positif. Selain itu sebaiknya pihak J.CO lebih memberikan informasi mendetail mengenai informasi produk dan pelayanan yang dimiliki oleh J.CO

Bagi pihak Manajemen J.CO *Donuts & Coffee Ringroad City Walks Mall* kota Medan

Hendaknya mempertahankan kualitas pelayanan yang dirasa cukup memuaskan dan senantiasa berupaya meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang lain yang masih dirasa kurang memuaskan. Dalam hasil penelitian ini variabel kepuasan konsumen mendapat respon yang sangat baik dari konsumen sehingga perlu untuk ditingkatkan. Dalam hal ini sebaiknya pihak J.CO *Donuts & Coffee Ringroad City Walks Mall* kota Medan meningkatkan layanan yang dapat membuat konsumen merasa lebih puas, seperti membuat *member card* dengan menambahkan penawaran kusus seperti penghitungan poin

atau diskon khusus kepada pemilik kartu member agar konsumen yang sering berkunjung merasa memiliki nilai lebih dan memungkindibandingkan konsumen yang hanya sekali berkunjung. Berdasarkan hasil yang diperoleh dilapangan, pihak J.CO tidak dapat mengidentifikasi konsumen yang puas atau tidak dan tidak dapat mengidentifikasi konsumen yang loya. Sehingga dengan adanya pelayanan baru ini dapat dijadikan sebagai media penukuran bagi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Hendaknya juga pihak J.CO *Donuts & Coffee Ringroad City Walks Mall* kota Medan menyediakan kotak saran secara *online* yang cepat tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen dan dibuat sebagai fitur tambahan pada website J.CO.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini mengangkat pengaruh *Social Media Marketing* Instagram dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada J.CO *Donuts & Coffee Ringroad City Walks Mall* kota Medan, dimana dari hasil penelitian menunjukkan masih terdapat pengaruh dari faktor lainnya diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Maka untuk itu peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut dan mendalam dengan menambah atau mengganti variabel bebas terhadap Loyalitas Konsumen seperti kepercayaan, ikatan emosi, kemudahan dan pengalaman dengan perusahaan