



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis tentang Pengaruh Partisipasi dalam Komunitas Merek Virtual terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Produk Blackberry dalam www.komunitasblackberry.com, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Partisipasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dalam hubungannya secara langsung, dimana dari hasil uji statistik, menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,266, dimana nilai t hitung ini lebih besar dari t tabel dua sisi dengan signifikansi 5% sebesar 1,99085. Oleh sebab itu dengan adanya peningkatan dari partisipasi yang aktif dalam komunitas virtual maka akan meningkatkan loyalitas terhadap produk Blackberry dalam komunitas merek virtual www.komunitasblackberry.com.
2. Partisipasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dimana dari hasil uji statistik, menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,407 dimana nilai t hitung ini lebih besar dari t tabel dua sisi dengan signifikansi 5% sebesar 1,99045. Oleh sebab itu, dengan adanya peningkatan dari partisipasi yang

aktif dalam komunitas merek virtual maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap produk Blackberry dalam komunitas merek virtual www.komunitasblackberry.com.

3. Partisipasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dalam hubungannya secara tidak langsung dimana terdapat variabel kepercayaan sebagai variabel intervening. Hasil uji intervening menunjukkan nilai koefisien hubungan tidak langsung sebesar 0,138706. Oleh sebab itu dengan adanya peningkatan dari partisipasi yang aktif dalam komunitas merek virtual maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap produk Blackberry lalu akan berpengaruh positif terhadap loyalitas produk Blackberry dalam komunitas merek virtual www.komunitasblackberry.com.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model bertingkat, dimana menggunakan variabel kepercayaan sebagai variabel intervening. Untuk menguji hipotesis dari model penelitian, maka seharusnya peneliti menggunakan analisis *Structural Equation Model (SEM)*, namun adanya keterbatasan informasi dan pengalaman, maka peneliti menggunakan analisis regresi linear dengan program SPSS 19,0 sebagai alat analisis.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Bagi Perusahaan

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:

Dari hasil analisis penelitian dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari partisipasi dalam komunitas virtual terhadap kepercayaan produk Blackberry, dan dari partisipasi dalam komunitas virtual terhadap loyalitas baik dalam hubungannya secara langsung maupun melalui variabel kepercayaan sebagai variabel intervening dalam komunitas merek virtual www.komunitasblackberry.com. Oleh sebab itu sangat penting bagi produsen Blackberry untuk lebih memberi perhatian kepada komunitas merek virtual dengan menstimulus adanya partisipasi yang aktif dalam komunitas virtual sehingga dapat memunculkan ide, pendapat atau tanggapan dalam hal pengembangan produk Blackberry sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk Blackberry yang akan membangun suatu ikatan emosional yang akan menciptakan kepercayaan dan komitmen loyalitas terhadap produk Blackberry.

5.3.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Melihat hasil uji statistik terhadap koefisien determinasi dalam hubungan partisipasi terhadap kepercayaan serta partisipasi dan kepercayaan terhadap loyalitas yang memiliki nilai tidak terlalu tinggi dimana masing-masing 0,189 dan 0,378 maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah

1. Peneliti selanjutnya lebih bisa melihat indikator atau variabel lain yang mampu menggambarkan hubungan antara partisipasi terhadap loyalitas baik secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan referensi dari buku atau jurnal-jurnal pemasaran sehingga variabel-variabel independen lebih mampu menggambarkan model secara keseluruhan dalam hubungannya yang mempengaruhi variabel dependen. Indikator atau variabel yang disarankan adalah loyalitas terhadap komunitas merek virtual.
2. Peneliti selanjutnya bisa menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* dalam menguji hipotesis yang diajukan, sehingga hubungan setiap variabel yang diuji dapat lebih dijelaskan.

UMMN