

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut.

- 1) Terdapat **pengaruh yang signifikan** antara variabel *social media marketing* dengan *customer engagement* pada Instagram @menantea.toko, yang diperoleh dari data signifikansi yang menunjukkan nilai 0,000 atau yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), **sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima**. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji korelasi data menunjukkan nilai sebesar 0,847. Sehingga hubungan antar variabel ini positif dan dapat digolongkan dengan **tingkat korelasi tinggi atau kuat**.
- 2) Melalui hasil uji regresi sederhana, diketahui bahwa variabel *social media marketing* (X) memberikan **pengaruh** terhadap variabel *customer engagement* (Y) **sebesar 71,7 persen**. Sementara, 26,6 persen lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian. Selanjutnya, dimensi pada variabel X yang memiliki **pengaruh paling besar** adalah **dimensi communication** sebesar **62,9 persen** dan dimensi yang memiliki pengaruh paling kecil adalah dimensi *collaboration* sebesar 0,7 persen.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian, disadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi dalam menyusun penelitian baik dari penulisan hingga hasil analisis yang dilakukan.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif ini masih memiliki kekurangan baik dari segi informasi maupun data. Maka dari itu, sebaiknya pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan selain kuantitatif, baik itu pendekatan secara kualitatif maupun gabungan antara kualitatif dan kuantitatif (*mix method*). Hal ini dilakukan agar memperoleh hasil penelitian yang lebih mendalam. Penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa, juga dapat melakukan penelitian mengenai *social media marketing* dan *customer engagement* pada *platform* selain Instagram, misal seperti TikTok atau Twitter, agar data yang dihasilkan bisa lebih dikembangkan dan menghasilkan wawasan penelitian yang lebih luas.

Selain itu, penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menelaah lebih dalam tentang pengaruh aktivitas *social media marketing* terhadap eksistensi bisnis di bidang *influencer driven business*.

5.2.2 Saran Praktis

Secara keseluruhan Menantea sudah cukup baik dalam memaksimalkan berbagai macam fitur Instagram untuk melakukan aktivitas *social media marketing*, hal ini selaras dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang tinggi atau kuat pada *social media marketing* dan *customer engagement* di akun @menantea.toko.

Namun, keterlibatan *followers* yang cukup tinggi ini sepertinya menyebabkan akun @menantea.toko belum merespon seluruh pesan yang masuk melalui *direct message* secara cepat dan merata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pernyataan, @menantea.toko cepat tanggap dalam merespon pesan, terdapat 39 responden yang tidak setuju dan 123 responden yang menjawab setuju. Jika dibandingkan dengan jawaban pernyataan lain, mayoritas responden menjawab pernyataan lain dengan sangat setuju. Maka dari itu, sebaiknya Menantea tidak hanya mengandalkan fitur *direct message* Instagram, tetapi juga dapat memanfaatkan fitur *contact* atau menambahkan *tap link* di *bio* Instagram untuk mempermudah *followers* berinteraksi dan

meningkatkan kepuasan *followers* saat ingin menyampaikan masukan atau pendapat. Selain memaksimalkan keseluruhan penggunaan fitur, Menantea juga dapat menambah sumber daya manusia untuk menunjang aktivitas *social media marketing* pada akun Instagram @menantea.toko.

Peneliti berharap kedepannya Menantea dapat mempertahankan dan juga terus berinovasi dalam aktivitas *social media marketing* yang membangun *customer engagement*, Menantea dapat membuat komunitas atau berbagai *event* untuk mendukung keterlibatan konsumen dengan merek. Bahkan, peran Jerome dan Jehian juga dapat dimanfaatkan oleh Menantea untuk aktivitas *social media marketing*, seperti *live* rutin atau *take-over* Instagram @menantea.toko. Menantea juga dapat lebih aktif untuk menceritakan *behind the scene* dari pembuatan produk seperti saat awal pembuatan merek untuk menarik dan terus memelihara *customer engagement* pada akun Instagram @menantea.toko.

