

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Seluruh indikator *content marketing* dinyatakan sangat berpengaruh pada konten-konten yang ditayangkan oleh Tribe Fit. Walaupun demikian, ternyata *content marketing* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi berpengaruh terhadap *customer engagement*.
- b. Tidak semua indikator *customer engagement* sangat berpengaruh dengan apa yang telah dilakukan oleh Tribe Fit, pertama ialah pada indikator *enthusiasm* yang mana belum adanya ketertarikan pelanggan dengan konten-konten yang akan ditayangkan setiap harinya. Kedua, pada indikator *absorption* yang mana pelanggan belum ingin berlama-lama tetap berada di beranda Instagram Tribe Fit. Ketiga, pada indikator *interaction* yang menjelaskan bahwa pelanggan belum merasa ada ikatan yang kuat terhadap brand Tribe Fit. Keempat yaitu pada indikator *identification* yang berarti pelanggan belum merasa Tribe Fit menjadi tempat gym satu-satunya bagi pelanggan. Namun, berdasarkan hasil regresi *customer engagement* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga, hal ini perlu diperbaiki pada perusahaan Tribe Fit.
- c. Pada indikator loyalitas pelanggan, dinyatakan bahwa perilaku pembelian ulang belum sangat berpengaruh dari konten-konten yang sudah ditayangkan oleh Tribe Fit, sehingga hal ini juga perlu diperhatikan oleh perusahaan Tribe Fit dikarenakan adanya tujuan dari perusahaan tersebut yang menginginkan peningkatan jumlah member pada Tribe Fit.
- d. Berdasarkan hasil uji F, jika *content marketing* dan *customer engagement* dilakukan secara simultan maka keduanya dapat menghasilkan loyalitas pelanggan.

6.2. Saran

Dalam penelitian ini, seorang peneliti harapannya dapat mampu memberikan sesuatu yang berguna ataupun manfaat bagi perkembangan, ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga, serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, maka pada bab penutup peneliti mengemukakan saran-saran sesuai dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut :

6.2.1. Saran bagi Perusahaan

a. Meningkatkan konsistensi Content Marketing

Perusahaan disarankan untuk meningkatkan konsistensi dalam mengunggah content marketing di Instagram Tribe Fit. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah dengan merancang kalender konten yang terencana dengan baik, sehingga jadwal unggahan lebih teratur dan konsisten. Hal ini akan membantu meningkatkan visibilitas merek dan menjaga keterlibatan audiens.

b. Mempertahankan Indikator Hasil (Result)

Perusahaan perlu terus mempertahankan indikator hasil dalam proses pembuatan konten. Salah satu caranya adalah dengan selalu mempertimbangkan kejelasan pesan yang disampaikan, agar setiap konten mudah dipahami dan diterima oleh pengikut Instagram Tribe Fit. Solusi yang dapat diterapkan adalah melakukan uji coba konten (A/B testing) sebelum diunggah untuk memastikan efektivitas pesan yang ingin disampaikan.

c. Mempertahankan Indikator Absorption

Perusahaan perlu memastikan bahwa pelanggan tetap merasa senang dan nyaman untuk berinteraksi dengan merek. Salah satu solusinya adalah dengan mempertahankan respon yang cepat terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan di media sosial. Respon yang cepat dapat meningkatkan keterikatan emosional pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas.

d. Meningkatkan Indikator Enthusiasm

Perusahaan perlu meningkatkan indikator antusiasme dalam konten, dengan memastikan konten yang diunggah selalu menarik dan relevan bagi pengikut Instagram Tribe Fit. Solusi yang dapat dilakukan adalah melakukan riset terhadap jenis konten yang paling diminati audiens, seperti video latihan atau tips kesehatan, untuk memastikan pengikut selalu tertarik untuk mengonsumsi konten dan terlibat dengan merek.

e. Mempertahankan Rekomendasi Pelanggan

Perusahaan telah berhasil membuat pelanggan merekomendasikan Tribe Fit sebagai pusat kebugaran terbaik di Medan. Hal ini perlu dipertahankan dengan menjaga kualitas layanan dan menghadirkan program-program promosi yang menarik bagi pelanggan lama, agar pelanggan terus merasa bangga merekomendasikan Tribe Fit.

f. Meningkatkan Konten Edukatif

Perusahaan perlu membuat konten yang lebih edukatif dan menarik, sehingga pengikut Instagram Tribe Fit terdorong untuk menjadi anggota aktif. Solusi yang dapat diterapkan adalah memperbanyak konten yang menunjukkan keunggulan Tribe Fit, seperti keunggulan fasilitas, program kebugaran, atau hasil nyata dari para anggota, sehingga audiens semakin tertarik untuk bergabung.

6.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran-saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut :

a. Mengembangkan Analisis Penyebab Konten Tidak Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang menyebabkan konten tertentu tidak berdampak pada loyalitas pelanggan. Solusi yang

dapat diambil adalah dengan melakukan studi kualitatif tambahan, seperti wawancara mendalam dengan pelanggan, untuk memahami persepsi pelanggan terhadap konten yang disajikan dan mengidentifikasi elemen-elemen yang perlu ditingkatkan dalam *content marketing*.

b. Mengembangkan Indikator Baru untuk Content Marketing dan Loyalitas Pelanggan

Peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan untuk merumuskan indikator-indikator baru yang relevan dengan perkembangan pemasaran digital saat ini. Solusi ini mencakup eksplorasi lebih lanjut tentang elemen-elemen yang belum terukur, seperti *user-generated content*, pengaruh influencer, atau keterlibatan komunitas daring, yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di era digital.

c. Memperbanyak Literatur yang Relevan dengan Fokus Kajian

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperkaya kajian literatur, terutama yang terkait dengan pemasaran digital dan loyalitas pelanggan di media sosial. Solusi ini dapat dilakukan dengan menggali penelitian-penelitian terkini yang berkaitan dengan *content marketing*, *customer engagement*, serta loyalitas pelanggan di berbagai industri, sehingga dapat memberikan perspektif baru dalam analisis.