

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Bersumber pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk membuktikan hipotesis - hipotesis tersebut berdampak atau tidak, setelah didapatkan perolehan dari survei yang dilakukan peneliti, maka peneliti menyimpulkan bahwa:

Sesuai dari data yang di dapat lewat perolehan survei dan melalui proses perhitungan yang ada maka peneliti menyimpulkan bahwa media sosial sangat berdampak bagi bisnis di *industry traveling* dan hal ini dapat di buktikan dari data sebagai berikut baik variabel tersebut berdampak relavan atau tidak dan baik variabel tersebut berpengaruh baik maupun tidak baik, *active engagement* berdampak terhadap *affective loyalty* sebesar 0,186, *active engagement* berdampak terhadap *conative loyalty* sebesar -0,072 dan berdampak *passive engegment* terhadap *affective loyalty* sebesar 0,356 sedangkan *passive engegment* berdampak terhadap *conative loyalty* sebesar 0,251 (Kim & Park, 2017) (Viny Putri Fauzi, 2016)

Dari perolehan penelitian yang di dapat maka peneliti meyimpulkan media sosial baik secara langsung maupun secara tidak langsung berdampak kepada loyalitas konsumen yang ada karena dari media sosial konsumen tersebut bisa mengetahui baik atau buruk suatu produk atau jasa dan hal ini dapat di buktikan dari data sebagai berikut : *Active engagement* terhadap *affective loyalty* memiliki nilai *R square* 18% sedangkan sisanya sebesar 82% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat di dalam model. Sedangkan *conative loyalty* didampaki oleh *passive engagement* dan *Active engagement* sebesar 8%, sisanya 92% didampaki oleh variabel lain yang tidak terdapat di dalam model.(Kim & Park, 2017) (Viny Putri Fauzi, 2016)(Yadav & Rahman, 2018).

5.2 Keterbatasan

Meskipun Peneliti telah berusaha untuk mengembangkan penelitian tersebut sedemikian rupa, namun masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang masih perlu dibuat dan diperbaiki oleh penelitian selanjutnya adalah antara lain:

1. Masih terdapat banyak variabel lain yang bisa mendampaki loyalitas konsumen dan variabel tersebut tidak ada terdapat pada penelitian ini.
2. Model dari penelitian tersebut memiliki 2 dependen sehingga susah untuk membandingkan dengan benar dan peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya bisa memisahkan kedua dependen tersebut agar penelitian tersebut bisa lebih fleksibel.
3. Bahasa kuisisioner penelitian yang di buat peneliti ini kurang sehingga tidak mudah untuk dipahami oleh sebagian responden dan hal ini mengakibatkan sebagian responden tersebut asal-asal isi dan perolehan dari apa yang mereka isi sangat berdampak bagi penelitian, jadi peneliti berharap agar peneliti selanjutnya agar bisa menggunakan bahasa sehari-hari atau yang lebih mudah di pahami bagi sebagian orang.

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi dari peneliti yang akan diberikan kepada konsumen dan perseroan yang berjalan dibidang *travel* adalah :

1. Penggunaan media sosial dengan baik dan benar karena hal tersebut bisa sangat bermanfaat nantinya.
2. Peneliti berharap agar perseroan dibidang *travel* bisa lebih aktif dalam media sosial karena media sosial berdampak terhadap tingkat pemasaran dan loyalitas konsumen.
3. Peneliti berharap agar konsumen lebih aktif memakai media sosial untuk dijadikan referensi karena disana terdapat banyak pengalaman orang - orang yang sudah pernah memakai atau mengalaminya.