

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana hubungan antara kredibilitas *celebrity endorser* BTS terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia yang merupakan *followers* Instagram Tokopedia, maka dapat dinyatakan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur dan mengetahui pengaruh kredibilitas *celebrity endorser* BTS dalam iklan Tokopedia terhadap loyalitas pelanggan khususnya *followers* Instagram Tokopedia.

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada responden yang memiliki kriteria diantaranya: *followers* Instagram Tokopedia, mengetahui kasus tuduhan LGBT yang dilakukan LAKSI dan pernah berbelanja minimal satu kali di Tokopedia sebanyak 100 responden. Untuk usia responden terbanyak berada pada usia 22 yang berjumlah 35 dari 100 responden. Responden dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode penarikan sampel dengan memberikan syarat tertentu kepada responden. Oleh karena itu, peneliti hanya menggunakan sampel dengan kriteria seperti: responden merupakan *followers* Instagram Tokopedia, mengetahui kasus tuduhan iklan Tokopedia x BTS dan pernah berbelanja minimal satu kali di Tokopedia. Variabel pada penelitian ini adalah Kredibilitas *Celebrity Endorser* BTS (variabel X) dan Loyalitas Pelanggan Tokopedia (variabel Y).

Selain itu, hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa para pelanggan Tokopedia yang merupakan *followers* Instagram Tokopedia tetap menilai bahwa *celebrity endorser* BTS memiliki kredibilitas dalam membintangi iklan Tokopedia walaupun telah mengetahui iklan yang dibintangi BTS ini sempat di tuduh mengandung unsur LGBT oleh LAKSI. Kemudian, responden juga tetap menunjukkan loyalitasnya dengan berbelanja di Tokopedia setelah mengetahui adanya kasus tuduhan LGBT yang dilakukan LAKSI. Artinya responden tetap menilai secara objektif bahwa BTS merupakan *celebrity endorser* yang kredibel

dalam menyampaikan pesan iklan Tokopedia kepada audiens dan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Tokopedia.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara kredibilitas *celebrity endorser* terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat melalui hasil uji hipotesis dengan nilai t hitung = 4,0505 dan t tabel = 16606, dengan demikian hasilnya adalah t hitung > t tabel, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kredibilitas *celebrity endorser* terhadap loyalitas pelanggan.

4.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Tokopedia dapat terus menggunakan *celebrity endorser* yang kredibel seperti BTS dalam iklannya untuk menarik minat pelanggannya. Karena *celebrity endorser* yang kredibel mampu membuat audiens percaya dan mudah dipersuasi oleh sumber yang kredibel. Selain itu, Tokopedia diharapkan mampu menyesuaikan iklannya atau cara mempromosikan *marketplaceny* dengan tren yang sedang terjadi di masyarakat agar tidak kalah oleh pesaing.
2. Tokopedia diharapkan dapat secara dinamis mengikuti perkembangan jaman dalam menyediakan produk/jasa baru kepada konsumennya agar loyalitas pelanggan dapat selalu terjaga. Karena jika pelanggan sudah merasa puas dan nyaman berbelanja kebutuhan yang biasa mereka beli di Tokopedia, maka besar peluangnya untuk para pelanggan mencoba produk/jasa baru yang ditawarkan. Sehingga pelanggan akan menunjukkan loyalitasnya dengan menjadikan Tokopedia sebagai alternatif tempat belanja *online* mereka.

3. Untuk peneliti lain di masa yang akan datang agar dapat meneliti variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan agar mengetahui lebih banyak faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Sehingga hal tersebut dapat menjadi bahan pembelajaran bagi perusahaan dalam mempromosikan produk/jasanya.
4. Untuk masyarakat yang melihat adanya demo seperti yang dilakukan LAKSI dengan menuduh iklan Tokopedia mengandung unsur LGBT, sebaiknya jangan langsung percaya dan mencari tahu terlebih dahulu kebenarannya dari pihak yang dituduh yaitu Tokopedia. Salah satunya yaitu dengan cara menunggu klarifikasi resmi dan jelas dari Tokopedia terkait dengan masalah yang di demokan oleh LAKSI. Sehingga tidak ada pihak yang dirugikan dari kasus tuduhan tersebut.