

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah terpaan media sosial instagram akun @tokocrypto memiliki pengaruh terhadap loyalitas merek pengguna. Hal ini dapat dijelaskan menggunakan pendekatan teori *uses and effect* pada bagian pembahasan. Untuk menjawab rumusan masalah mengenai seberapa besar pengaruh antar variabel pada penelitian ini akan dijelaskan melalui poin-poin kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan korelasi hubungan yang kuat antara variabel terpaan media sosial terhadap loyalitas merek pengguna. Hasil uji korelasi spearman rank menunjukkan nilai korelasi positif sebesar 0,746 dengan signifikansi 0,00 terhadap loyalitas merek.
2. Terdapat pengaruh hubungan antara terpaan media terhadap loyalitas merek yang dibuktikan dengan hasil uji regresi dengan nilai koefisien positif sebesar 1,236. Semakin tinggi terpaan media yang diterima maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas merek pengguna.
3. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil uji penelitian menampilkan nilai R square sebesar 0,702. Dari hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel terpaan media sosial (X) memiliki pengaruh sebanyak 70,2% terhadap variabel loyalitas merek (Y). Sementara, 29,8% pengaruh sisanya didapatkan dari faktor lain di luar lingkup penelitian.
4. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini berhasil menjawab ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan uji T menghasilkan nilai t hitung sebesar 30,602 dengan signifikansi 0,00. T hitung $30,602 > t$ tabel 1,960. Hipotesis alternatif diterima. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel terpaan media sosial (X) terhadap loyalitas merek pengguna (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di atas, peneliti berhasil mengumpulkan beberapa daftar saran yang terdiri dari saran praktis dan saran akademis yang nantinya diharapkan mampu memberikan masukan untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya bagi para pembaca dan berbagai pihak yang terkait dalam objek penelitian ini.

5.2.1 Saran Praktis

1. Tokocrypto selaku perusahaan rintisan yang meniti peluang di dunia aplikasi investasi seharusnya lebih dapat memaksimalkan eksistensi media sosial instagram mereka. Perencanaan konten yang lebih teratur dan padat dengan isi pesan yang dibutuhkan oleh pengikut dapat meningkatkan efek terpaan media yang dapat dirasakan semua pengikut akun tersebut.
2. Berdasarkan temuan penelitian diharapkan Tokocrypto sebagai salah satu *market leader* dalam aplikasi investasi mata uang kripto dapat lebih menjelajah metode-metode baru untuk menarik calon pengguna dan mempertahankan pelanggan mereka selain di media sosial.
3. Responden selaku pengikut dan pengguna aplikasi Tokocrypto diharapkan lebih bijak dalam memilih sumber informasi mengenai investasi di mata uang kripto, karena tingkat resiko yang dapat ditanggung lebih besar dari potensi keuntungannya semata.

5.2.2 Saran Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dari pengembangan penelitian dalam lingkup proses komunikasi dalam komunitas mata uang kripto di Indonesia. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian ke komunitas-komunitas kecil untuk mendapatkan sudut pandang baru terkait objek penelitian.
2. Pada penelitian selanjutnya jika ingin menggunakan variabel terpaan media sosial diharapkan peneliti berikutnya mampu dalam menambahkan variabel lain dari lingkup merek seperti *brand equity*, *brand awereness*, *brand image* dan lain sebagainya guna memperluas jangkauan hasil penelitian.

3. Sebagai saran terakhir peneliti berharap pada peneliti selanjutnya yang menjadikan penelitian ini sebagai rujukan untuk dapat menambahkan sumber data berupa wawancara dengan perwakilan baik dari responden maupun pihak terkait dari merek yang akan diteliti agar mendapatkan dua sudut pandang yang berimbang.