

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan yang diperoleh dan disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara *brand trust* dengan *customer engagement* pada pelanggan *House Of Momyku baby SPA* selama Covid-19. Berdasarkan dari hasil penelitian ada hubungan antara *brand trust* dengan *customer engagement* pada pelanggan *House Of Momyku baby SPA* selama pandemi Covid-19 dengan hal ini maka dapat diartikan bahwa hipotesis dalam penelitian yang telah diajukan dapat diterima. Terciptanya pengalaman positif pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepercayaan pada merek (*brand trust*) tinggi sehingga meningkatkan keterlibatan (*customer engagement*) secara kognitif, emosional dan *behavioral* pada pelanggan semakin tinggi. Pelanggan yang memiliki pengalaman negatif terhadap kualitas pelayanan jasa merek yang digunakan akan menciptakan tingkat kepercayaan yang rendah sehingga keterlibatan pelanggan terhadap suatu merek juga menjadi rendah. Sedangkan hasil katagorisasi dapat diketahui bahwa sebagian besar pelanggan *House Of Momyku baby SPA* selama Covid-19 memiliki *brand trust* dan *customer engagement* yang tinggi. Lebih lanjut kontribusi *brand trust* 61,4% terhadap *customer engagement* pada pelanggan *House Of Momyku baby SPA* dan sisanya 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti seperti faktor pribadi dan faktor situasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi *House Of Momyku*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa informasi dan masukan serta dapat menjadi sebuah gambaran tentang pentingnya *brand trust* terhadap *customer engagement* kepada pelanggan *House Of Momyku baby SPA* selama pandemi Covid-19 dengan harapan memberikan upaya pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik sesuai keinginan pelanggan, melakukan kegiatan promosi, memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan dengan pelayanan yang diberikan sehingga dapat terus mempertahankan *brand trust* dan *customer engagement*.

2. Bagi Pelanggan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi untuk para pelanggan *House Of Momyku baby SPA* dengan hasil penelitian yang didapatkan mengenai tingginya *brand trust* yang telah dibangun oleh perusahaan, serta diharapkan dapat membantu pelanggan dalam menentukan keputusan memilih layanan jasa yang dapat dipercaya sehingga bisa menciptakan *customer engagement* khususnya yang berkaitan dengan pelayanan kesehatan untuk bayi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih dapat dikembangkan, karena penelitian ini masih terbatas dengan hanya melibatkan hubungan antara dua variabel saja yaitu *brand trust* terhadap *customer engagement* akan lebih baik jika menambahkan variabel lain dengan tujuan agar menjadi lebih banyak sumber ilmiah yang ada. Penelitian ini masih memiliki kekurangan diharapkan peneliti selanjutnya bisa melakukan pengambilan data lapangan dengan wawancara secara langsung yang lebih mendalam kepada pelanggan secara lengkap sesuai dengan aspek-aspek *customer engagement* yang digunakan seperti aspek kognitif, aspek emosional dan aspek *behavioral* dan menambah narasumber untuk memperkuat data lapangan. Melakukan pengambilan data dengan metode wawancara dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk berinteraksi secara langsung sekaligus dapat melakukan observasi terhadap mimik wajah, ekspresi, gestur tubuh dan sikap narasumber yang dapat membantu memperkuat data lapangan dan menambah pengetahuan peneliti mengenai kondisi serta keadaan yang benar terjadi dilapangan dengan hal ini sehingga dapat menjadi pedoman peneliti melanjutkan penelitian. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 60 pelanggan sehingga dengan hal ini diharapkan peneliti selanjutnya bisa menjangkau lebih banyak pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas serta kurangnya keikutsertaan peneliti dalam mengawasi penyebaran skala yang digunakan pada penelitian agar dapat meminimalisir kesalahan yang mungkin saja terjadi ketika

penyebaran skala dilaksanakan dan diharapkan penelitian selanjutnya dapat menyertakan pernyataan bahwa responden bersedia mengisi skala penelitian.