

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam analisis serta hasil penelitian yang telah diperoleh, maka selanjutnya pada bab ini akan ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. *Social Media Marketing* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Value Equity*.
2. *Social Media Marketing* memiliki positif signifikan terhadap Brand Equity
3. *Value Equity* berpengaruh positif signifikan terhadap Customer Loyalty
4. *Brand Equity* berpengaruh positif signifikan terhadap Customer Loyalty.
5. Variabel antara *Social Media Marketing*, *Value Equity*, dan *Brand Equity* merupakan model yang sangat berhubungan. Pada model tersebut terdapat hubungan antar variabel yang sudah diperoleh pada hipotesis.

#### **5.2 Batasan Penelitian**

1. Terdapat beberapa responden yang masih mengasal dalam mengisi kuesioner. Oleh karena itu terdapat data yang tidak valid sehingga data tersebut harus dibuang dalam proses uji valitas (IMM1).
2. Selain itu adanya pandemic Covid-19 yang membuat kesusahan mencari responden karena tidak bertatap muka secara langsung sehingga keterbatasan ini susah untuk mencari responden.

### 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian ini, peneliti akan memberikan saran-saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

#### 1. Bagi Domino's Pizza

Pada hasil penelitian ini menunjukkan Social Media Marketing terlihat rendah diantara variabel yang lainnya. Alangkah baiknya untuk kedepannya, Domino's Pizza memberikan beragam strategi marketing maupun *engagement* dengan social media yang tepat terlebih penelitian ini dilakukan pada pandemi dan perkembangan digital yang pesat, sehingga *concern* ini perlu ditingkatkan kedepannya.

#### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna yang sebaiknya untuk selanjutnya dapat diteliti kembali variabel yang berkaitan dengan variabel baru lainnya atau sebagai penelitian ulang dengan objek yang sejalan maupun berbeda untuk memberikan hasil perbandingan selanjutnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. 2020. The Future of Social Media in Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95.
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bhuian, S. N., Ahmed, Z. U., & Al-Azri, H. 2018. Evidences of Customer Loyalty and Its Salient Correlates from the Arab World. *Journal of Transnational Management*, 23(2–3), 98–118.
- Chi, H. H. 2011. Interactive Digital Advertising Vs. Virtual Brand Community. *Journal of Interactive Advertising*, 12(1), 4461.
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. 2003. *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for Behavioral Sciences* (3rd ed.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Cuong, P. H., Nguyen, O. D. Y., Ngo, L. V., & Nguyen, N. P. 2020. Not All Experiential Consumers are Created Equals : The Interplay of Customer Equity Drivers on Brand Loyalty. *European Journal of Marketing*, 54(9), 2257–2286.
- Fornel, C., & Larcker, D. F. 1981. Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Ghozali. 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google Trend. 2021. *Comparison Between Pizza Hut and Domino's Pizza*. [www.trends.google.co.id](http://www.trends.google.co.id) diakses 28 Oktober 2021.
- Griffin, J. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Erlangga.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2011. PLS-SEM : Indeed A Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–150.
- Iacobucci, D., Saldanha, N., & Deng, X. 2007. A Meditaion on Mediation : Evidence that Structural Equations Models Perform Better than Regression. *Journal of Consumer Psychology*, 17(2), 139–153.
- Ibrahim, B. 2021. Social Media Marketing Activities and Brand Loyalty : A Meta-Analysis Examination. *Journal of Promotion*, 27(7), 1–31.
- \_\_\_\_\_, Aljarah, A., & Ababneh, B. 2020. Do Social Media Marketing

- Activites Enhance Consumer Preception of Brands? A Meta-Analytic Examination. *Journal of Promotion Management*, 26(4), 544–568.
- Kaura, V. 2012. Service Convenience, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty: Study of Indian Commercial Bank. *Journal of Global Marketing*, 26(1), 351–371.
- Keller, K. L. 1993. Conceptualizing, Measuring, and Managing-Customer Based Brand Equity. *J. Mark*, 57(1), 1–22.
- \_\_\_\_\_. L., Parameswaran, A. M., & Jacob, I. (2015). *Strategic Brand Management : Building Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson.
- Kim, A. J., & Ko, E. 2012. Do Social Media Marketing Activities enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486.
- Kim, W., Kim, H., & Hwang, J. 2020. Sustainable Growth for The Self-Employed in The Retail Industry Based in Customer Equit, Customer Satisfaction, and Loyalty. *Journal of Retailing Customer Services*.
- Kock, N. 2013. *WarpPLS 4.0 User Manual*.
- Kompas. 2017. *Lika-Liku Perjalanan Sukses Domino's Pizza*. Kompas.Com. www.biz.kompas.com diakses 5 Juni 2021.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. B. Susanto (ed.)). Erlangga.
- \_\_\_\_\_, & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Latan, H., & Ghozali, I. 2016. *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lee, B. Y., & Park, S. Y. 2020. Shifts of Guests' Perception on Drivers of Customer Equity for Loyalty Over Time: A Multiple Mediation Analysis. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 22(1), 30–54.
- Lemon, K. N., Rust, R. T., & Zeithaml, V. A. 2001. What Drives Customer Equity? *Marketing Management*, 10(1), 20–25.
- Lesmana, R., Widodo, A. S., & Suanrdi, N. 2020. The Formation of Customer Loyalty from Brand Awareness and Perceived Quality through Brand Equity of Xiaomi Smartphone Users in South Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(11–12).
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometrics Theory* (3rd ed.).

McGraw-Hill.

- Oliver, R. L. 1999. Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44.
- Ou, Y.-C., Vries, L. de, Wiesel, T., & Verhoef, P. C. 2014. The Role of Consumer Confidence in Creating Customer Loyalty. *Journal of Service Research*, 17(3), 339–354.
- Primadia, A. 2019. *Sejarah Pizza – Awal Mula, Jenis dan Kandungan Gizi*. SejarahLengkap.Com. www.sejarahlengkap.com diakses 5 Juni 2021.
- Seo, E. J., & Park, J. W. 2018. A Study on The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Equity and Customer Response in The Airline Industry. *Journal of Air Transport Management*, 66, 36–41.
- Simamora, B. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sinambela, L. 2014. *Reformasi Pelayanan Publik*. Bumi Aksara.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. 2017. *Metode Statistika Multivariat : Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS* (2nd ed.). Universitas Brawijaya Pers.
- Spackman, J. S., & Larsen, R. 2017. Evaluating the Impact of Social Media Marketing on Online Course Registration. *The Journal of Continuing Higher Education*, 65(3), 151–165.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods) Penelitian Tindakan (Action Research) dan Penelitian Evaluasi*. Alfabeta. Bandung
- Taman Pendidikan. 2020. *Fakta Menarik Soal Pizza, Mulai dari Sejarah Hingga yang Paling Ekstrem*. www.tamanpendidikan.com diakses 5 Juni 2021.
- Taylor, J., & Baines, C. 2012. Performance Management in UK Universities : Implementing the Balanced Scorecard. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 34(2), 111–124.
- Top Brand Award. 2021. *Top Brand Index 2015 - 2021*. www.topbrand-award.com diakses 30 Juli 2021.
- Vogel, V., Evanschitzky, H., & Ramaseshan, B. 2008. Customer Equity Drivers and Future Sales. *Journal of Marketing*, 72(6), 98–108.
- Wahyuni, T. 2015. *Beda Pizza yang Ada di Indonesia dengan Pizza Asli Italia*. CNN Indonesia. cnnindonesia.com diakses 5 Juni 2021.

Wang, H., Ko, E., Woodside, A., & Yu, J. 2020. SNS Marketing Activities as A Sustainable Competitive Advantage and Traditional Market Equity. *Journal of Business Research*.

Yadav, M., & Rahman, Z. 2018. The Influence of Social Media Marketing Activities on Customer Loyalty. *Benchmarking: An International Journal*, 25(9), 3882–3905.

