

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan teori, hasil penelitian, dan pengujian mengenai Pengaruh *Relationship Quality* dan *Quality of Channel Integration* terhadap *Customer Engagement* (Studi pada Pelanggan Ortuseight) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Customer Engagement* dengan dimensi yang terdiri dari *identification*, *enthusiasm*, *attention*, *absortion*, dan *interaction* yang berada pada kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa hampir seluruh pelanggan Ortuseight turut membentuk kepercayaan dan komitmen dalam hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, sehingga pelanggan terlibat dengan perusahaan. Sementara dimensi yang memperoleh nilai tertinggi adalah dimensi *interaction* dan dimensi yang memperoleh nilai terendah adalah dimensi *enthusiasm*.
2. *Relationship Quality* dengan dimensi yang terdiri dari *trust*, *satisfaction*, *commitment* yang berada pada kategori baik. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa hampir seluruh pelanggan menilai bahwa Ortuseight mampu membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggannya dimana Ortuseight mampu mempertahankan pelanggannya sehingga menjadi loyal terhadap perusahaan. Dimensi yang memperoleh nilai tertinggi yaitu dimensi *satisfaction* dan dimensi yang memperoleh nilai terendah adalah dimensi *trust*.
3. *Quality of Channel Integration* dengan dimensi yang terdiri dari *channel service configuration*, *interaction consistency*, dan *assurance quality* yang berada pada kategori baik. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa pelanggan Ortuseight hampir seluruhnya menilai bahwa pelayanan yang dilakukan oleh Ortuseight disemua *channel* belanja baik itu *online* maupun *offline* sudah baik. Dimensi yang memperoleh nilai tertinggi adalah dimensi

*channel service configuration* dan dimensi yang memperoleh nilai terendah adalah dimensi *interaction consistency*.

4. *Relationship Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Engagement*. Dimensi *Relationship Quality* yang paling besar dalam membentuk *Customer Engagement* adalah *commitment*, sementara dimensi yang terkecil adalah *trust*.
5. *Quality of Channel Integration* berpengaruh positif terhadap *Customer Engagement*. Dimensi *Quality of Channel Integration* yang paling besar dalam membentuk *Customer Engagement* adalah *assurance quality*, sementara dimensi yang terkecil adalah *interaction consistency*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh *relationship quality* dan *quality of channel integration* terhadap *customer engagement* sebagai berikut:

1. Indikator *customer engagement* yang paling rendah yaitu *enthusiasm*. Untuk meningkatkan *enthusiasm*, Ortuseight harus dapat memastikan beberapa hal yaitu dapat memberikan pelayanan yang unggul, menggunakan media sosial untuk berinteraksi secara aktif dengan pelanggan dan dapat merespon umpan balik dari pelanggan, membangun hubungan yang personal dengan pelanggan serta memberikan penawaran khusus untuk pelanggan yang setia, dan memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas dan nilai yang tinggi.
2. Indikator *relationship quality* yang paling rendah yaitu *trust*. Untuk meningkatkan *trust* Ortuseight harus selalu menjaga konsistensi dan kualitasnya baik produk maupun layanannya. Ortuseight juga harus sebisa mungkin menerapkan transparansi, yaitu dengan memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai produk ataupun layanannya. Ortuseight pun harus dapat memastikan bahwa keamanan informasi pribadi pelanggan aman dan dapat dilindungi.
3. Indikator *quality of channel integration* paling rendah yaitu *interaction consistency*. Meningkatkan konsistensi interaksi dengan pelanggan adalah kunci untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Untuk

meningkatkan *interaction consistency*, Ortuseight harus terus menerus menjaga komunikasinya dengan pelanggan, pilih platform komunikasi yang cocok dengan pelanggan, konsisten dengan gaya bahasa perusahaan yang digunakan dalam komunikasi dengan pelanggan, dan tanggap pertanyaan ataupun komentar dari pelanggan dengan cepat.

4. Hasil penelitian menyatakan bahwa *relationship quality* berpengaruh secara positif terhadap *customer engagement*, dengan demikian penulis merekomendasikan supaya Ortuseight tetap menjaga dan mempertahankan pelanggannya dengan memperhatikan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dengan pelanggan
5. Hasil penelitian menyatakan bahwa *quality of channel integration* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer engagement* dengan demikian penulis merekomendasikan agar Ortuseight tetap mempertahankan dan menjaga pelanggan melalui *channel* yang saling terhubung satu sama lain, menjaga konsistensi interaksi dengan pelanggan, dan mampu membuat pelanggan merasa aman ketika bertransaksi dengan Ortuseight