

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut.

1. Rata-rata responden menilai variabel *Sensory Engagement* masuk kategori tinggi, *experiential providers technology* masuk kategori tinggi, *memorable experiential reality tech* masuk kategori tinggi, Loyalitas dalam pemanfaatan teknologi masuk kategori tinggi dalam pemanfaatan teknologi pada IKEA Indonesia.
2. *Sensory Engagement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Experiential providers technology*.
3. *Sensory Engagement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *memorable experiential reality tech*.
4. *Experiential providers technology* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *memorable experiential reality tech*.
5. *Sensory Engagement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas dalam pemanfaatan teknologi.
6. *Experiential providers technology* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas dalam pemanfaatan teknologi.
7. *Memorable experiential reality tech* memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara *Sensory Engagement* dan loyalitas dalam pemanfaatan teknologi.
8. *Memorable experiential reality tech* memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara *Experiential providers technology* dan loyalitas dalam pemanfaatan teknologi.

9. *Experiential providers technology* memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara *Sensory Engagement* dan loyalitas dalam pemanfaatan teknologi.
10. *Memorable experiential reality tech* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas dalam pemanfaatan teknologi.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian implikasi yang bisa diterapkan perusahaan pengguna teknologi dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian, keterlibatan sensorik (*Sensory Engagement*) terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas pengguna terhadap aplikasi teknologi. Perusahaan yang mengimplementasikan teknologi, seperti aplikasi berbasis AR dan VR, perlu memperhatikan elemen-elemen sensorik, seperti visual yang menarik, suara interaktif, dan haptic feedback, untuk memperkaya pengalaman pengguna. Pengalaman multisensorial ini dapat menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat antara pengguna dan produk, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas terhadap teknologi yang ditawarkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu berinvestasi dalam teknologi yang mampu menciptakan pengalaman sensorik yang menyeluruh untuk meningkatkan kepuasan pengguna.
2. *Memorable Experiential Reality Tech*, yang menggabungkan elemen teknologi seperti *augmented reality (AR)* dan *virtual reality (VR)*, terbukti efektif dalam memperkuat loyalitas pengguna. Pengalaman yang unik dan tak terlupakan, seperti simulasi produk yang menarik atau tur interaktif, memainkan peran besar dalam menciptakan kedekatan emosional dengan brand. Perusahaan teknologi, terutama dalam industri retail dan hiburan, harus memanfaatkan teknologi ini untuk menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan berkesan. Pengalaman yang tak terlupakan ini meningkatkan keterikatan

Christianingrum, 2024

**MODEL LOYALITAS DALAM PEMANFAATAN TEKNOLOGI MELALUI PENCIPTAAN MEMORABLE EXPERIENTIAL REALITY TECH**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pengguna dengan aplikasi atau produk, memperpanjang durasi penggunaan, dan meningkatkan loyalitas dalam jangka Panjang.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nilai dan rekomendasi dari pihak lain (*word-of-mouth*, ulasan online) merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas teknologi. Perusahaan perlu memanfaatkan feedback positif dari pengguna untuk memperkuat citra produk mereka dan mendorong lebih banyak rekomendasi. Teknologi berbasis komunitas dan platform ulasan online perlu dioptimalkan untuk meningkatkan interaksi positif antar pengguna, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas pengguna terhadap produk atau layanan. Oleh karena itu, perusahaan harus mengembangkan strategi untuk mendorong rekomendasi pengguna dan memperkuat pengaruh ulasan positif melalui platform digital.

### 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh maka rekomendasi yang diajukan terdiri dari rekomendasi untuk IKEA, perusahaan teknologi serta rekomendasi untuk akademisi sebagai berikut:

Rekomendasi untuk IKEA:

1. Berdasarkan temuan penelitian, pengalaman yang berkesan memainkan peran penting dalam membangun loyalitas pengguna. Oleh karena itu, IKEA perlu berinvestasi lebih besar dalam teknologi yang dapat menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi konsumen, seperti teknologi augmented reality (AR) dan virtual reality (VR). Pengembangan aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk merasakan pengalaman interaktif dalam memilih produk atau merancang ruang rumah mereka secara virtual akan memperkaya pengalaman berbelanja dan memperkuat keterikatan emosional dengan brand. Teknologi ini akan memberikan pengalaman yang personal dan relevan, yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperpanjang loyalitas pelanggan.

2. Temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai dan rekomendasi pengguna berperan signifikan dalam loyalitas teknologi. IKEA sebaiknya memperkuat strategi personalisasi dengan menggunakan data pengguna untuk memberikan rekomendasi produk yang lebih tepat dan relevan. Selain itu, sistem ulasan dan rekomendasi pelanggan perlu diperkuat untuk mendorong interaksi positif antara konsumen dan meningkatkan word-of-mouth. Dengan memanfaatkan teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI), IKEA dapat meningkatkan kualitas rekomendasi produk yang sesuai dengan preferensi individu, sehingga menciptakan pengalaman belanja yang lebih memuaskan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

#### Rekomendasi untuk Perusahaan Teknologi

1. Berdasarkan temuan penelitian mengenai pentingnya *sensory engagement*, perusahaan teknologi harus memprioritaskan pengembangan antarmuka dan teknologi interaksi yang melibatkan berbagai indra pengguna. Perusahaan dapat berfokus pada pengembangan elemen-elemen sensorik seperti visual yang menarik, suara interaktif, dan *haptic feedback* untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna. Teknologi yang menggabungkan berbagai elemen sensorik akan menciptakan pengalaman pengguna yang lebih mendalam dan membangun loyalitas jangka panjang, yang sangat penting dalam pasar teknologi yang semakin kompetitif
2. Perusahaan teknologi, terutama yang bergerak dalam sektor *e-commerce*, hiburan, atau sektor layanan, harus berinvestasi dalam teknologi realitas seperti *augmented reality (AR)* dan *virtual reality (VR)*. Pengalaman yang tak terlupakan dapat dibangun melalui teknologi ini dengan memberikan pengguna kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan produk atau layanan secara virtual. Penerapan AR/VR dalam proses pembelian atau interaksi dengan layanan dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan mendorong loyalitas,

karena pengguna merasa lebih terhubung secara emosional dengan produk yang mereka gunakan. Teknologi ini memiliki potensi untuk memperkaya pengalaman digital dan mendorong pengguna untuk terus kembali menggunakan produk atau layanan perusahaan.

Rekomendasi untuk Akademisi:

1. Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor *sensory engagement* memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas teknologi. Akademisi disarankan untuk memperluas penelitian ini dengan menguji penerapan model *sensory engagement*, *experiential providers technology*, dan *memorable experiential reality tech* di luar sektor ritel, seperti di sektor perbankan, pendidikan, atau pariwisata. Studi ini dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai bagaimana elemen-elemen sensoris dan pengalaman yang berkesan mempengaruhi loyalitas pengguna di berbagai industri, dan membantu memperkaya teori dan praktik dalam bidang pemasaran teknologi.
2. Mengingat perubahan cepat dalam teknologi dan perilaku pengguna, penelitian longitudinal dapat memberikan wawasan penting mengenai bagaimana loyalitas teknologi berkembang seiring waktu. Akademisi disarankan untuk melakukan studi jangka panjang untuk mengkaji bagaimana faktor-faktor seperti *sensory engagement*, *experiential providers technology*, dan *memorable experiential reality tech* mempengaruhi keputusan pengguna untuk terus menggunakan teknologi dalam jangka panjang. Penelitian semacam ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang evolusi loyalitas pengguna terhadap teknologi serta faktor-faktor yang memediasi hubungan tersebut, dan dapat membantu perusahaan merancang strategi jangka panjang yang lebih efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.