

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai “Peran *Customer Engagement* dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Laundry Karpet Kediri”, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer Engagement* pada Laundry Karpet Kediri

Bentuk keterlibatan pelanggan di Laundry Karpet Kediri terbagi dalam beberapa wujud nyata. Pertama, *affective engagement*, ditunjukkan melalui rasa antusias, nyaman, dan percaya terhadap pelayanan pemilik usaha yang ramah serta hasil kerja yang memuaskan. Kedua *cognitive engagement*, di mana pelanggan aktif mencari informasi tentang layanan, harga, dan kualitas hasil cuci sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa. Ketiga *behavioral engagement*, tercermin dari tindakan pelanggan yang dengan sukarela merekomendasikan Laundry Karpet Kediri kepada teman, keluarga, dan Lembaga kantor atau keagamaan seperti masjid.

2. Peran *Customer Engagement* dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer engagement* berperan penting dalam peningkatan pendapatan Laundry Karpet Kediri. Bentuk keterlibatan pelanggan terjadi dalam tiga aspek peningkatan pendapatan, yaitu: Pertama peningkatan volume penjualan, terlihat dari bertambahnya jumlah pelanggan baru yang datang karena kepuasan dan rekomendasi antar pelanggan. Kedua peningkatan retensi pelanggan, di mana banyak

pelanggan lama yang terus menggunakan jasa Laundry Karpel Kediri karena merasa puas dan memiliki ikatan emosional dengan pemilik usaha. Terakhir adanya *Word of Mouth Impact*, melalui rekomendasi dari mulut ke mulut menghadirkan promosi gratis dan mendatangkan pelanggan baru berdasarkan rekomendasi yang dilakukan oleh pelanggan. Dengan demikian, *customer engagement* tidak hanya memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan dan pihak usaha, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan pendapatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Laundry Karpel Kediri
 - a. Terus mempertahankan kualitas layanan dan komunikasi personal dengan pelanggan karena hal tersebut terbukti memperkuat keterlibatan emosional pelanggan.
 - b. Dapat mengembangkan program loyalitas atau promosi berbasis *referral* (rekomendasi pelanggan) untuk memaksimalkan potensi *word of mouth* yang selama ini sudah berjalan secara alami.
 - c. Sebaiknya pengoptimalan media digital (melalui media sosial atau aplikasi pesan) sebagai media interaksi dua arah agar interaksi dengan pelanggan lebih luas dan efisien, sekaligus memperkuat aspek kognitif dan perilaku pelanggan.

2. Bagi Akademik

Peneliti berharap jika penelitian ini nantinya akan memberikan referensi baru atau sebagai dasar acuan baru selain buku atau jurnal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Dapat memperluas penelitian dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur sejauh mana *customer engagement* berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha.
- b. Disarankan meneliti pada jenis usaha jasa lain (misalnya *laundry* pakaian, salon, atau *barbershop*) agar diperoleh perbandingan dan generalisasi temuan.
- c. Penelitian berikut juga dapat menggali lebih dalam faktor-faktor internal lain seperti inovasi layanan, penggunaan media digital, atau kualitas hubungan pelanggan yang mungkin memperkuat efek *customer engagement*.