

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Brand Image* (X1), berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* pelanggan jasa ruangguru di Sekadau Kalimantan Barat.
- Brand Awareness* (X2) berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* pelanggan jasa ruangguru di Sekadau Kalimantan Barat.
- Brand Trust* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* pelanggan jasa ruangguru di Sekadau Kalimantan Barat.

Saran

Bagi Ruangguru

Berdasarkan pada hasil uraian sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- brand image* berpengaruh terhadap *brand loyalty* pengguna ruangguru maka peneliti menyarankan bahwa pemanfaatan *brand image* khususnya membantu siswa dalam memahami pelajaran dengan menyediakan materi pembelajaran misalnya belajar sejarah diperlihatkan tokoh-tokoh sejarah, fisika, kimia, matematika, biologi, dan lain-lain dijelaskan dalam bentuk *3D animation*.
- Brand Awareness* khususnya mengingatkan aplikasi jasa ruangguru maka peneliti menyarankan untuk memberikan kesadaran akan adanya





keberadaan ruangguru seperti kerjasama dengan pihak sekolah mengadakan seminar tentang cara menggunakan aplikasi ruangguru ke setiap sekolah dan memberikan beasiswa berprestasi kepada siswa.

- c. *Brand Trust* khususnya pembelajaran yang menyenangkan, mudah dipahami dan mengikuti perkembangan zaman maka peneliti menyarankan ruangguru untuk memberikan pembelajaran dengan metode tebak-tebak gambar, melalui cerita, dan cara tutor berkomunikasi dengan siswa menggunakan bahasa familiar dalam komunikasi sehari-hari siswa melalui media sosial.

Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memiliki saran untuk penelitian lebih lanjut, yaitu melakukan penelitian tentang ruangguru terkait variabel *brand*, *brand image*, *service quality*, dan dengan lokasi penelitian yang berbeda seperti di kota-kota besar lainnya di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Adhari, I. Z. 2021. Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.

Aditya., dan Tjokrosaputro. 2020. Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Kompas Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol 4, No 1, Hal 60-64

Amir, A., Mandey, S. L., dan Tawas, H. N. 2021. Pengaruh perceived value, brand image terhadap customer loyalty melalui customer engagement sebagai variabel mediasi (studi pada pelanggan indihome pt. Telkom manado). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., VOL 7, No 3, Hal 612-627

Angraeni, S. 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Awareness terhadap Brand Loyalty Telkomsel di kalangan Mahasiswa. *Indonesian Journal of Strategic Management*, Vol 5, No 1, Hal 1-15

Ansari. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Terpaan Iklan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Berlangganan, *Jurnal Studi Ilmu komunikasi*, Hal 1-17

Arianty, N., dan Andira, A. 2021. Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, VOL 4, No 1, Hal 39-50.

Augusty, Ferdinand. (2013). *Metode penelitian Manajemen*. Semarang: Badan penerbit Universitas diponegoro.



Ayuningtyas, N. P. S., Sariyani, N. L. P., dan Sukarnasih, D. M. 2021. Penetapan brand ambassador sebagai upaya strategi komunikasi pemasaran “ruangguru” di era pandemi covid-19 vol 5, No 1, hal 66-77

Basyit., Sutikno., dan Dwiharto. 2020. Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ema*, Vo 5 No 1, hal 12-20.

Bhaswara., dan Patrikha. 2021. Pengaruh green marketing dan brand image terhadap loyalitas konsumen, *AKUNTABEL*, Vol 18, No 3, Hal. 603-612



Cahyani. 2019. Analisis Penerimaan Aplikasi Ruang Guru Sebagai Media Pemenuhan Informasi Akademik Siswa Sma Di Kota Surabaya Ditinjau Dari Model Utaut2, *skripsi*. Surabaya: Universitas Airlangga, Hal 1-15

asuki, I., dan Wahid, U. 2020. Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol 1, No 2, Hal 47-54

iana, S., dan Frianto, A. 2021. Pengaruh Perceived Organizational Support dan Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 9, No 3, Hal 1205-1213.

jiyanto. 2022. TA: Peran Perceived Usability, Satisfaction, dan Customer Trust dalam Merancang dan Mengembangkan Loyalitas Pengguna Website Edutech, *skripsi*. Surabaya: Universitas Dinamika, Hal. 1-112

un. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep Dasar untuk Penulisan skripsi dan Analisa dengan SPSS*, Edisi ke 1. Yogyakarta: Cv Budi Utama

ansi., dan Siregar. 2020. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan, *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol 3, No 1, Hal. 148-159

erdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gultom, D. K., Arif, M., dan Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol, 3 No 2, Hal 171-180.

Hakim, L. L., dan Keni, K. 2020. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention. *Pengaruh brand awareness, brand image dan customer perceived value terhadap purchase intention*, Vol 4, No 3, Hal 81-86

Handayani. 2020. Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating, *skripsi*. Salatiga: Institut Agama Islam, Hal. 1-92

HEUK, Y. F. C. (2020). Pengaruh Psychological Empowerment terhadap Organizational Citizenship Behavior melalui Organizational Commitment (Pada Karyawan Di Perusahaan Hartono Elektronik) (*Doctoral dissertation, STIE MALANGKUCECWARA*), Hal 22-33

Ikromah, D., Hidayati, N., dan Mustapita, A. F. (2022). Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol 11, No 2, Hal. 112-121

Pratiyanti. 2022. Menciptakan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan E-Commerce Shopee, *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, Vol 10, No 2, Hal. 452-463

Ikhsanullah., Ziyad., dan Stiadi. 2021. Analisis Manajemen Risiko Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Kota Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, Vol 9, No 2, Hal 134-141.

Setiawan, R. 2019. Pengaruh brand awareness, brand association, perceived quality, dan brand loyalty terhadap customer purchase decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 3, No 1, Hal 176-185.

Ikhsanah., dan Sudarwanto. 2021. Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Secara Online pada Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol 9, No 3, Hal. 1383-1389

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing* (15 ed.). Pearson Education. inc.



Laksono. 2022. Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Association Terhadap Brand Loyalty Smartphone Xiaomi, *skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah, Hal. 1-7

Larasati. 2020. Pengaruh Sosial Media Instagram Bimbingan Belajar Online@ Ruangguru Terhadap Kesadaran Merek (Brand Awareness), *skripsi*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana, Hal. 1-25

Lengkong., dan Mangindaan. 2021. Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen



Pakaian HARV official di Manado, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 11, No 2, Hal. 61-68

Munandar, A., dan Efawati, Y. 2020. Identification on Brand Loyalty. *International Journal Administration Business & Organization*, Vol 1, No 1, Hal 25-31.

Nurhayati. 2020. Pengaruh Brand Trust, Brand Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol 7, No 2, Hal 36-46

Rumidayah, A., Yulinar, Y., dan Pangestuti, D. C. 2021. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan E-Wallet Gopay. In Prosiding BIEMA (*Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*) Vol 2, Hal. 942-955

Sak, D. J., dan Pasharibu, Y. 2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol 9, Hal 357-380.

Saifliangan, K., Masiyono, M., dan Atmogo, Y. D. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol 2, No 4, Hal 471-484

Pradini., dan Pratami. 2022. Dampak Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Customer, Syntax Literate; *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol 7, No 3, Hal. 2745-2759

Pondrinal, M., Destian, R., Pratiwi, H., dan Ilona, D. 2022. Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Innovation Performance. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, Vol 8, No 1, Hal 1-8.

Putra. 2022. Pengaruh Iklan, Brand Ambassador dan E- service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ruangguru, *skripsi*. Surabaya: Universitas katolik Darma Cendika. Hal 1-61

Rahmawati. 2020. Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty minute maid pulpy orange di kota padang. *Ekonis: jurnal ekonomi dan bisnis*, vol 22, no 2, hal 109-118

Randisa., dan Andriyan. 2022. Analisis peran media sosial twitter ruang guru sebagai alternatif sarana pendidikan di indonesia dalam perspektif pengguna aktif twitter ruang guru melalui ruangguru, *Jurnal Adhikari*, Vol 1, No 4, Hal. 162-167

Sari, S., Syamsuddin, S., dan Syahrul, S. 2021. Analisis Brand Awareness dan Pengaruhnya terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, Vol 1 No 1, Hal 37-48

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta

_____, 2018. *Metode Penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Surjaatmadja, (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek*, Malang: Banyumedia Publishing

Teri., dan Mujit. 2021. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal TRUST Riset Akuntansi*, Vol 9, No 1 Hal 1-18

Tong, T. K. P. B. 2020. Analisa pengaruh social media marketing terhadap repurchase intention melalui brand trust sebagai variabel mediasi pada instagram adidas Indonesia di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol 7, No 1, Hal 1-10.

Walukow, K. H., Manoppo, W. S., dan Walangitan, O. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Citra Perusahaan Pada PT. Ruang Raya Indonesia (Ruangguru Regional Sulawesi II), Vol. 2 No. 1, Hal 11-15

Wemben, F. V., Mananeke, L., dan Roring, F. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pegadaian Upc Tanjung Batu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 8, No 4, Hal. 1119-1128

Windarto, B. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Lelanggan (di pt. Lazizaa) (doctoral dissertation, stie malangkucecwara). Hal 1-81

Yani., dan Sugiyanto. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin

Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, Vol 1, No 3, Hal. 443-472

Bps.go.id. 2022. <https://kalbar.bps.go.id/indicator/28/181/1/jumlah-murid-sekolah-menengah-umum-menurut-kabupaten-kota.html> (Diakses tgl 12 januari 2023: PK.19.46)

detiknews.com. 2020. *6 Tahun Berdiri, ini Torehan Ruangguru ke Pendidikan Indonesia*. <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-5099866/6-tahun-berdiri-ini-torehan-ruangguru-ke-pendidikan-indonesia> (Diakses Tgl 5 September 2022: Pk. 15.39)

CNN Indonesia. com. 2019. *Mengenal Sejarah Internet*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190312125646-185-376484/mengenal-sejarah-internet>. (Diakses Tgl 5 September 2022: Pk. 10.27)

CNN. Indonesia. 2020. *Kilas Balik Pandemi Covid-19 di Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201110123516-25-568018/kilas-balik-pandemi-covid-19-di-indonesia>. (Diakses Tgl 8 September 2022: Pk. 06.30)

Katadata.co.id. 2022. *Disebut Hampir Jadi unicorn Ruangguru Gaet 38 Juta Pengguna*. <https://katadata.co.id/> (Diakses Tgl 8 Desember 2022: PK. 7.18)

Katadata.com. 2021. *Tertolong Pandemi, Ruangguru Raih 22 Juta Pengguna Baru Selama 2020*. <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5ff68c3b68399/tertolong-pandemi-ruangguru-raih-22-juta-pengguna-baru-selama-2020>. (Diakses Tgl 10 September 2022: Pk. 08.05)

Kemdikbud.go.id. 2019. https://pskp.kemdikbud.go.id/produk/risalah_kebijakan/detail/313239/peraturan-platform-pembelajaran-digital-dalam-mendukung-pembelajaran-berkualitas-yang-inklusif (Diakses Tgl 5 desember 2022: Pk. 10.25)

Kompas.com. 2020. *Pemerintah Buka-bukaan soal Proses kerja Sama dengan Ruangguru dkk*. <https://money.kompas.com/read/2020/04/23/093200526/pemerintah-buka-bukaan-soal-proses-kerja-sama-dengan-ruangguru-dkk?page=all>. (Diakses Tgl 10 September 2022: Pk. 18.19)



Kumparan.com. 2022. Jumlah Pengguna Ruangguru mencapai 38 juta. <https://kumparan.com/millennial/jumlah-pengguna-ruangguru-capai-38-juta-1yJeGDdKVhz> (Diakses Tgl 10 September 2022: Pk. 08.20)

Mediaindonesia, com. 2020. *22 Juta masyarakat Indonesia Gunakan Layanan Ruangguru.* <https://mediaindonesia.com/humaniora/382234/22-juta-masyarakat-indonesia-gunakan-layanan-ruangguru>. (Diakses Tgl 10 September 2022: Pk. 08.10)

Merdeka.com. 2022. *Ruangguru sebut Punya 38 Juta Pengguna dan Diakses 200 Kali per Bulan.* <https://www.merdeka.com/teknologi/ruangguru-sebut-punya-38-juta-pengguna-dan-diakses-200-juta-kali-per-bulan.html>. (Diakses Tgl 8 September 2022: Pk. 06.18)

Ruangguru.com. 2022. *Ruangguru untuk Pendidikan Indonesia.* <https://www.ruangguru.com/about-us>. (Diakses Tgl 10 September 2022: Pk. 07.59)

tribunnewswiki.com. 2020. *PT RUANG RAYA INDONESIA (Ruangguru) adalah perseroan terbatas yang bergerak di bidang Pendidikan nonformal yang didirikan pada April 2014 menurut dan berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.* <https://www.tribunnewswiki.com/2020/03/15/ruangguru>. (Diakses Tgl 5 September 2022: Pk. 13.40)

