



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan ojek *online* terhadap loyalitas merek dan seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan ojek *online* terhadap loyalitas merek. Untuk menjawab penelitian tersebut, peneliti melakukan analisis data yang telah didapatkan melalui 536 responden dan akan dipaparkan sebagai berikut.

5.1.1 Hasil Uji regresi mengartikan bahwa variabel kepuasan pelanggan (X) memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi variabel loyalitas merek (Y) 38,1% sedangkan 61,9% lagi dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar pembahasan penelitian ini.

Berikut merupakan hipotesis penelitian ini :

Ho : Tidak ada pengaruh kepuasan pelanggan ojek *online* terhadap loyalitas merek.

Ha : Ada pengaruh kepuasan pelanggan ojek *online* terhadap loyalitas merek.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti terdapat pengaruh kepuasan pelanggan ojek *online* terhadap loyalitas merek.pengaruh tersebut sebesar 38,1%.

## 5.2 Saran

Melalui hasil simpulan dari penelitian, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti:

### 5.2.1 Saran Akademis

5.2.1.1 Berdasarkan hasil penelitian yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan ojek *online* (X) memiliki pengaruh terhadap loyalitas merek (Y) sebesar 38,1% dimana pengaruh tersebut di bawah 50%, maka disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk meneliti lebih dalam untuk mengetahui faktor-faktor selain kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi loyalitas merek.

5.2.1.2 Bagi peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini, perlu diketahui bahwa topik kepuasan pelanggan sangat luas untuk ukuran kepuasan yang sasarannya berbagai kalangan seperti ojek *online*, sehingga cukup sulit menentukan *sample*. Oleh karena itu, disarankan kepada peneliti untuk mengembangkan objek penelitian yang lebih spesifik, misalnya salah satu layanan yang ada di ojek *online*, sehingga lebih spesifik juga lingkupnya.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat beberapa saran dari peneliti yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh perusahaan, yaitu tingkatkan kualitas pelayanan melalui aplikasi dan memberikan *training* kepada *driver* agar memenuhi *Standard Operational Procedure* (SOP). lebih sering memberikan promosi harga/tarif untuk menarik perhatian pelanggan, dan *driver* harus selalu menggunakan atribut seperti jaket sebagai pengenal atau ciri khas agar *driver* selalu bertanggung jawab selama bekerja, dan terus mengembangkan inovasi layanannya agar dapat membedakan *brand* ojek *online* tersebut.