



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 & SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian “Pengaruh *Special Event* Uber Ice Cream 2016 terhadap Loyalitas Pengguna Uber di Jakarta” ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh *special event* Uber Ice Cream 2016 terhadap loyalitas pengguna Uber di Jakarta serta mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 232 responden, pengolahan data dengan SPSS 20, dan uji signifikansi, diperoleh simpulan sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh terhadap loyalitas pengguna Uber di Jakarta.
- 2) Berdasarkan analisis uji regresi, diperoleh hasil sebesar 0,524 atau 52,4% variabel loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel *special event*. Hal ini berarti, *special event* Uber Ice Cream berpengaruh besar (52,4%) terhadap loyalitas pengguna Uber di Jakarta sedangkan sisanya, 47,6% loyalitas pengguna dipengaruhi oleh faktor dan sebab – sebab lain yang tidak dijelaskan dalam analisis pada penelitian ini.

Dari hasil penelitian yang telah disampaikan, maka dapat ditarik simpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, penelitian ini

menyatakan terdapat pengaruh antara *special event* Uber Ice Cream 2016 terhadap loyalitas pengguna Uber di Jakarta.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari terdapat kekurangan, baik dari segi penulisan dan kekayaan informasi serta data dalam penelitian ini, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dan menelaah topik – topik Public Relations, khususnya *special event* dengan pendekatan kualitatif atau *mix method* agar hasil yang diperoleh lebih mendalam.

Penelitian selanjutnya juga dapat memperkaya penelitian dengan meneliti faktor – faktor lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas. Mengingat bahwa saat ini semakin ketat persaingan dan kompetisi, membuat loyalitas pelanggan semakin bernilai tinggi.

5.2.2 Saran Praktis

Dari hasil survey yang telah dilakukan oleh Peneliti, terdapat tanggapan yang baik dari responden mengenai keseluruhan penyelenggaraan *special event*, terbukti dari sebagian besar pertanyaan memperoleh jawaban “setuju”.

Namun, dari segi promosi, terlihat bahwa penggunaan majalah online sebagai salah satu sarana promosi kurang efektif. Hal ini terbukti dari jawaban sebagian besar responden merasa tidak melihat promosi pada majalah online. Sebaiknya perusahaan lebih cermat dalam memilih media komunikasi. Pemilihan majalah online harus disesuaikan dengan siapa dan bagaimana karakteristik *target audience*.



UMN