



### **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

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap variabel yang diteliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penyajian data memperlihatkan adanya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas merek pada ojek *online* Grab di Jakarta.
2. Dari hasil penyajian menunjukan nilai-nilai persamaan regresi hasil penyajian data terdapat pengaruh antar kedua variabel yaitu variabel kualitas layanan dengan variabel loyalitas merek. Nilai *R Square* yang ditampilkan sebesar 0,278. Artinya, variabel kualitas layanan (X) memberikan kontribusi sebesar 0,278 atau 27,8% terhadap variabel loyalitas merek (Y), sedangkan 72,2% loyalitas merek dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Artinya penelitian ini menyatakan adanya pengaruh antara variabel X (kualitas layanan) terhadap variabel Y (loyalitas merek) ojek *online* Grab pada mahasiswa di Jakarta.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan dan simpulan maka saran dalam penelitian ini adalah:

### 5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari kiranya terdapat banyak kesalahan baik dalam bentuk tulisan maupun keberagaman informasi dalam penelitian ini, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperkaya penelitian yang berkenaan dengan variabel kualitas layanan, dengan cara meneliti topik sejenis menggunakan metode kualitatif yang lebih mendalam, objek penelitian yang lebih beragam demi memenuhi kebutuhan belajar Ilmu Komunikasi.

### 5.2.2 Saran Praktis

Melihat hasil kuesioner yang sudah tersebar mendominasi jawaban ‘setuju’ dari pada responden pengguna ojek *online*. Merupakan suatu bentuk motivasi untuk perusahaan ojek *online* untuk terus meningkatkan dan menjaga kualitas layanan perusahaan, agar responden semakin loyal dalam menggunakan jasa ojek *online* yang diharapkan kualitasnya akan terus dan terus baik.

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A