

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berjudul pengaruh iklan YouTube “modal #percaya asli tjap Indonesia” pada channel YouTube Grab Indonesia terhadap Loyalitas Pelanggan Grab .

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 25, ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara iklan YouTube "modal #percaya asli tjap Indonesia" dengan loyalitas pelanggan Grab. Dalam penelitian ini, responden yang terpapar dengan iklan tersebut cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap layanan Grab. Dapat disimpulkan bahwa iklan YouTube tersebut mampu meningkatkan kesadaran dan kepercayaan pelanggan terhadap brand Grab, serta mendorong mereka untuk tetap menggunakan jasa Grab secara reguler. Meskipun demikian, penelitian ini hanya melibatkan 100 responden, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi secara luas. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan jumlah sampel yang lebih besar untuk mengkonfirmasi temuan ini.

Iklan YouTube "Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia" berhubungan kuat dengan loyalitas pelanggan. Sebanyak 70,7% loyalitas pelanggan ditentukan oleh iklan tersebut, sedangkan 29,3% lainnya oleh faktor lain diluar penelitian. Iklan YouTube tersebut berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa iklan tersebut berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

#### 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh Iklan YouTube “Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia” Terhadap Loyalitas Pelanggan, maka peneliti memberikan saran yakni:

Vito Rakha Adi Kusumo, 2023

**PENGARUH IKLAN YOUTUBE “MODAL #PERCAYA ASLI TJAP INDONESIA” PADA CHANNEL YOUTUBE GRAB INDONESIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAB.**

UPN Veteran Jakarta, Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Replikasi penelitian: Disarankan untuk melakukan penelitian serupa dengan menggunakan sampel yang lebih besar dan melibatkan pelanggan Grab dari daerah yang berbeda. Ini akan memberikan kekuatan statistik yang lebih besar dan memungkinkan generalisasi hasil yang lebih luas.
2. Perluasan variabel: Penelitian ini fokus pada pengaruh iklan YouTube "Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia" pada channel YouTube Grab Indonesia terhadap loyalitas pelanggan Grab. Namun, ada faktor lain yang juga dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, seperti kualitas layanan, harga, dan promosi. Disarankan untuk memperluas variabel yang diteliti guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.
3. Metode penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan SPSS untuk analisis data. Dalam penelitian selanjutnya, dapat digunakan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi dan sikap pelanggan terhadap iklan YouTube.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Peningkatan kualitas iklan: Grab dapat mempertimbangkan untuk menyempurnakan iklan YouTube "Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia" guna meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan. Iklan yang menarik dan mengandung pesan yang jelas dapat meningkatkan efektivitas dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Penggunaan strategi iklan yang berfokus pada kepercayaan: Grab dapat memanfaatkan keberhasilan kampanye iklan "Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia" dengan memperluas strategi pemasaran yang berfokus pada membangun kepercayaan pelanggan. Misalnya, melalui testimonial pelanggan yang puas dan menampilkan

Vito Rakha Adi Kusumo, 2023

**PENGARUH IKLAN YOUTUBE "MODAL #PERCAYA ASLI TJAP INDONESIA" PADA CHANNEL YOUTUBE GRAB INDONESIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAB.**

UPN Veteran Jakarta, Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

keaslian produk atau layanan Grab.

3. Monitoring dan evaluasi: Grab perlu terus memantau dan mengevaluasi efektivitas iklan YouTube mereka dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Dapat dilakukan melalui survei pelanggan, feedback langsung, dan analisis data untuk memastikan iklan mencapai tujuannya dan mendapatkan respon yang positif dari pelanggan.

4. Personalisasi pengalaman pelanggan: Grab dapat menggunakan data yang dikumpulkan melalui iklan YouTube untuk menyajikan pengalaman yang lebih personal bagi pelanggan. Misalnya, dengan menyediakan penawaran khusus, diskon, atau keuntungan lainnya yang relevan dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan Grab.