

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengukur seberapa besar pengaruh Daya Tarik Iklan *web series* di Account Youtube Toyota Indonesia Terhadap *Brand Loyalty* survei kepada Komunitas Toyota Yaris di Daerah Jakarta. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 70 responden dengan menggunakan teknik pengumpulan sampel jenis *non probability sampling* dengan menggunakan sampel jenuh. Pembahasan yang didapat dari kuesioner yang kemudian data tersebut diolah menggunakan SPSS versi 23, maka dapat disimpulkan :

1. Karakteristik responden yang berjumlah 70 responden terdiri dari 66 responden laki-laki dan 4 responden perempuan, merupakan hasil dari sampel dari penelitian kepada Komunitas Toyota Yaris di Daerah Jakarta.
2. Hasil dari uji korelasi antara kedua variabel, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi menyatakan “hubungan yang kuat” maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel X (Daya Tarik Iklan *Web Series*) dan variabel Y (*Brand Loyalty*) memiliki hubungan yang kuat
3. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Daya Tarik Iklan *Web Series* di Account Youtube Toyota Indonesia Terhadap *Brand Loyalty* survei kepada Komunitas Toyota Yaris di Jakarta. Maka dapat disimpulkan *Brand Loyalty* (Variabel Y) ditentukan oleh Daya Tarik Iklan *Web Series* (Variabel X) dan sisanya ditentukan oleh faktor berupa *direct selling* dan promosi media online lainnya yang tidak peneliti teliti.

4. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh Daya Tarik Iklan *Web Series* berpengaruh terhadap *Brand Loyalty*.
5. Maka, dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Iklan *Web Series* Toyota dapat mempertahankan loyalitas dari Komunitas Toyota Yaris di Jakarta. Hal ini terbukti dari pernyataan Iklan yang bersifat informatif dan juga telah dibuat dengan cara yang unik dan baru.

5.2 Saran

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Iklan *Web Series* di *Account* Youtube Toyota Indonesia Terhadap *Brand Loyalty* survei terhadap Komunitas Toyota Yaris di Daerah Jakarta, maka penulis memberikan saran yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan bagi pihak Toyota dapat terus lebih kreatif dan berinovasi dalam beriklan di media sosial dalam melakukan pemasaran dan juga komunitas mampu membujuk masyarakat yang menggunakan mobil Yaris untuk ikut bergabung dengan komunitas Toyota Yaris
2. Toyota juga harus terus memperhatikan Komunitas Toyota Yaris agar tetap terus menggunakan mobil merek Yaris karena semua itu adalah kunci terciptanya sebuah loyalitas merek.
3. Toyota juga harus terus beriklan dengan berbagai media sosial yang lainnya sehingga diluar komunitas juga lebih tertarik lagi dan beralih ke merek Toyota.