

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dengan mengacu pada rumusan masalah dalam penelitian ini dan penyajian data yang terkumpul maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan X pada Pondok Pesantren Ar-Raudhoh Kediri dalam kategori cukup karena nilai *mean* pada hasil uji dalam tabel yaitu sebesar 66,93 yang berada diantara skor 64,996 dan 68,864
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel loyalitas konsumen Y pada Pondok Pesantren Ar-Raudhoh Kediri dalam kategori cukup karena nilai *mean* pada hasil uji dalam tabel yaitu sebesar 67,94 berada diantara skor 66,184 dan 69,696
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan korelasi dalam kategori sedang yaitu sebesar  $0,632 > 0,202$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang sedang antara variabel kepercayaan dengan loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  7,872 dan nilai sig 0,000 sehingga  $0,000 < 0,05$ .

Kemudian berdasarkan hasil analisis diperoleh pengaruh kepercayaan 0,521 atau sebesar 52% terhadap loyalitas konsumen, sedangkan Sisanya 48% dipengaruhi oleh faktor lain seperti ikatan emosi, kepuasan, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Untuk dapat meningkatkan loyalitas konsumen Sikat Gigi Formula, maka perusahaan perlu mengutamakan kepercayaan konsumen terlebih dahulu karena seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang sangat besar dibandingkan dengan faktor yang lain. Peningkatan loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan cara menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap atribut produk diantaranya kualitas, *design* dari Sikat Gigi Formula
2. Untuk responden santri di Pondok Pesantren Ar-Raudhoh Kediri, Sikat Gigi Formula merupakan salah satu produk perawatan tubuh dimana hal ini dapat bermanfaat yang digunakan untuk merawat dan menjaga gigi sebagai bentuk menjaga dan mensyukuri ciptaan Allah SWT,
3. Untuk penelitian selanjutnya, dalam pembahasan diatas diketahui bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh *R Square* sebesar 0,521 atau 52% sedangkan sisanya sebanyak 48% dipengaruhi oleh variabel lain. Sebagaimana dalam hal ini masih terdapat variabel-variabel lain untuk diteliti, maka untuk penelitian selanjutnya sebaiknya mencari variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen, dan

diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan pada objek yang lebih luas dan terbuka.