

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

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

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen (X) terhadap jasa layanan Go-Ride pada mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2015 tergolong sedang yaitu 80,91%. Hal tersebut terjadi karena ada beberapa mahasiswa yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel loyalitas konsumen (Y) layanan Go-Ride pada mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2015 tergolong sedang yaitu 69,46%. Hal tersebut diakibatkan karena sebagian mahasiswa lebih tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh jasa transportasi online lainnya.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen (X) mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) layanan Go-Ride pada mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2015. Hal ini membuktikan dengan R square sebesar 58,5% yang berarti kepercayaan konsumen (X) mempunyai pengaruh sebesar 58,5% terhadap loyalitas konsumen

(Y). Sedangkan sisanya yaitu 41,5% dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain seperti kepuasan, ikatan emosi, 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 Go-Ride, maka perusahaan harus berani bersaing dalam memberikan penawaran menarik bagi konsumennya. Apalagi untuk kantong mahasiswa.
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan pada objek yang lebih luas dan terbuka.