

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Variabel pengalaman (X) pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri 2017 dalam kategori cukup, hal ini di buktikan dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 88,49 berada diantara skor 85,182 dan 91,798.
2. Variabel loyalitas konsumen (Y) pada Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri 2017 dalam kategori cukup, hal ini di buktikan dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 88,51 berada diantara skor 85,013 dan 92,006.
3. Hubungan pengalaman terhadap loyalitas konsumen pengguna *Go-ride* memiliki hubungan sangat kuat. Hal ini dibuktikan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,819 yang berada pada interval koefisien antara 080-1,000. Terdapat pengaruh pengalaman terhadap loyalitas konsumen pengguna *Go-ride* dengan besarnya pengaruh pengalaman 0,672 atau sebesar 67,2%, sisanya 32,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Harga

Sebaiknya perusahaan dari PT Go-jek Indonesia meskipun peningkatan penjualan terus melonjak sebaiknya harga tetap distabilkan agar tetap dijangkau oleh pelanggan. Jadi, keputusan masyarakat yang menggunakan jasa *Go-ride* pada Go-jek juga akan tetap naik

2. Kualitas produk

Untuk menjaga loyalitas dari para konsumen seharusnya dari perusahaan tetap menjaga dan memberikan pelayanan serta kualitas. Seperti membuat inovasi baru.