

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kepercayaan mahasiswa UKM Unikom IAIN Kediri pada deodoran merek Rexona termasuk kategori sangat percaya. Hasil ini mengacu pada tabel 4.9 sebanyak 43 responden dengan frekuensi kumulatif responden 100%.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa loyalitas konsumen mahasiswa UKM Unikom IAIN Kediri pada deodoran merek Rexona tergolong dalam kategori sangat loyal. Hasil ini mengacu pada tabel 4.11 sebanyak 56 responden dengan frekuensi kumulatif responden 100%.
3. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15 bahwa hubungan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen menunjukkan bahwa uji korelasi *pearson product moment* sebesar 0,678 berada di skor 0,60-0,799. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan variabel kepercayaan (X) dengan variabel loyalitas konsumen (Y) adalah kuat. Berdasarkan tabel 4.19 di atas menunjukkan bahwa *R Square* yaitu sebesar 0,459, artinya besarnya pengaruh variabel kepercayaan terhadap loyalitas konsumen sebesar 45,9% sedangkan sisanya (54,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini (faktor kepuasan, ikatan emosi, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan).

B. Saran

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

1. Bagi mahasiswa UKM Unikom IAIN Kediri deodoran merupakan barang yang sangat penting bagi mereka , karena dengan deodoran sangat membantu mereka meningkatkan kepercayaan diri karena dapat mengurangi bau badan saat melakukan aktivitas salah satunya berolahraga.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan peneliti selanjutnya yang memiliki pembahasan yang hampir sama, mampu memberikan atau menampilkan perfoma yang lebih baik dari penelitian ini.