BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap secara signifikan memiliki hubungan yang positif dengan niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri dalam menggunakan ojek *online* dengan nilai p=0,000. Setiap meningkatnya penilaian Sikap yang dimiliki Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri akan disertai dengan peningkatan Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri dalam menggunakan ojek *online.* Begitu juga sebaliknya, setiap penurunan penilaian Sikap Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri terhadap ojek *online* akan disertai dengan menurunnya nilai Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri dalam menggunakan ojek *online*. Sikap (X1) memberikan sumbangan efektif terhadap Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri (Y) sebesar 9,5%, Sedangkan untuk sumbangan relatif, secara parsial Sikap (X1) terhadap Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri (Y) menyumbang sebesar 20%,
2. Norma subjektif memiliki hubungan yang positif dengan Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri dalam

menggunakan ojek *online* dengan nilai p=0,000. Setiap meningkatnya Norma Subjektif yang dimiliki Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri akan disertai dengan meningkatnya nilai Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri dalam menggunakan ojek *online*. Begitu juga sebaliknya, setiap penurunan Norma Subjektif Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri akan disertai dengan penurunan Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri dalam menggunakan ojek *online*. Norma Subjektif (X2) memberikan sumbangan efektif terhadap Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri (Y) sebesar 18,4%, sedangkan untuk sumbangan relatif Norma Subjektif (X2) terhadap Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri (Y) menyumbang sebesar 30%.

3. Konformitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan Niat menggunakan ojek *online* pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri, dengan nilai p=0,000. Setiap meningkatnya Konformitas yang terjadi pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri akan disertai dengan peningkatan Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri dalam menggunakan ojek *online*. Begitu juga sebaliknya, Setiap penurunan Konformitas Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri akan disertai dengan menurunnya pula Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri dalam menggunakan ojek

online. Konformitas (X3) memberikan sumbangan efektif terhadap Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri (Y) sebesar 27,2%. Sedangkan untuk sumbangan relatif, secara parsial Konformitas (X3) terhadap Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri (Y) menyumbang sebesar 50%.

4. Terdapat hubungan positif dan signifikan secara simultan (bersama-sama) antara Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), dan Konformitas (X3) dengan Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri (Y) dalam menggunakan ojek *online* dengan p=0,000 dan memberikan sumbangan efektif secara simultan sebesar 55,1%. Artinya, Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), dan Konformitas (X3) secara simultan (bersama-sama) memberikan pengaruh sebesar 55,1% terhadap Niat Mahasiswa Program Studi Psikologi Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri (Y). Sisanya sebanyak 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terungkap pada penelitian ini.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan Ojek *Online* di Kediri dan untuk kalangan mahasiswa, sebagai berikut:

1. Seiring dengan pesatnya laju perkembangan perkonomian, Ojek *Online* disarankan untuk:
   a. Meningkatkan strategi pemasaran jasa.

b. Meningkatkan sikap positif terhadap calon konsumen karena sikap yang positif terhadap suatu obyek, dalam penelitian ini, memiliki andil dalam upaya meningkatkan niat individu dalam menggunakan ojek *online*.

c. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan agar dapat menciptakan kesan yang baik. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan sikap positif konsumen.

d. Mengetahui sasaran utama yang dituju. Apabila ojek *online* dirancang untuk remaja, maka diusahakan untuk semenarik mungkin agar banyak remaja-remja yang senang menggunakan ojek *online* sehingga bisa membuat mereka secara tidak langsung akan merekomendasikan kepada orang-orang di sekitarnya.

2. Bagi penelitian selanjutnya dan para mahasiswa, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan untuk memberikan pemahaman tentang apa saja faktor-faktor lain yang berpengaruh dalam niat konsumen pada saat melakukan pembelian produk/jasa, seperti halnya faktor motivasi, gaya hidup, situasi, dan lain-lain. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya terkait tentang niat beli.