

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta dari hasil pengolahan data yang dilakukan pada bab 4 dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan santriwati PP. Murottilil Qur'an Lirboyo unit Kodran pada produk minuman penyegar tenggorokan Larutan Cap Badak termasuk dalam kategori cukup, yang dibuktikan dengan nilai rata-rata *mean* senilai 41,39 yang berada diantara skor 39,47 dan 43,733.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat loyalitas konsumen santriwati PP. Murottilil Qur'an Lirboyo unit Kodran pada produk minuman penyegar tenggorokan Larutan Cap Badak termasuk dalam kategori cukup, yang dibuktikan dengan nilai rata-rata *mean* senilai 41,25 yang berada di antara skor 39,109 dan 43,392.
3. Variabel kepercayaan (X) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas konsumen santriwati PP. Murottilil Qur'an Lirboyo unit Kodran pada produk minuman penyegar tenggorokan Larutan Cap Badak karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $12,319 > 1,98282$. Dan secara simultan variabel kepercayaan (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen santriwati PP. Murottilil Qur'an Lirboyo unit Kodran pada

produk minuman penyegar tenggorokan Larutan Cap Badak karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $151,75 > 3,93$. Adapun nilai R^2 0,591 yang berarti sebesar 59,1% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kepercayaan (X). Sedangkan sisanya 40,9% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu kepuasan, ikatan emosi, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan produk minuman penyegar tenggorokan Larutan Cap Badak termasuk kategori cukup baik maka untuk meningkatkan penjualan diharapkan untuk terus membangun hubungan yang baik dengan pelanggannya dan mempertahankan kualitas produk sehingga kepercayaan yang telah didapatkan sebelumnya akan tetap terjaga.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yang belum bisa diikutkan dalam penelitian ini, sehingga akan diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.