

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat adanya hubungan antara kepercayaan konsumen dengan loyalitas konsumen. Semakin tinggi kepercayaan konsumen maka semakin tinggi loyalitas konsumen. Dan sebaliknya semakin rendah kepercayaan konsumen maka semakin rendah loyalitas konsumen.

Kepercayaan konsumen merupakan faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen karena kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Kepercayaan mempunyai peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang antara konsumen dan perusahaan terutama yang mencakup kepercayaan konsumen mengenai kualitas, reliabilitas, integritas dan jasa yang disampaikan perusahaan (Morgan dan Hunt, 1994). Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Dwyer dan Scuur (dalam Ferrinadewi, 2005), kepercayaan merupakan faktor penting dalam kondisi perubahan dan transaksi yang terpisah menjadi hubungan pertukaran yang terus menerus. Kepercayaan konsumen memiliki kontribusi sebanyak 19,7 %, sementara sisanya 80,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil Penelitian ini adalah :

1. Saran bagi Subjek Penelitian

Subjek diharapkan lebih berhati-hati mengenai produk yang akan digunakan dan memahami apa yang dibutuhkan terkait dengan smartphone. Selain itu subjek dapat meningkatkan loyalitas dengan setia terhadap suatu produk yang digunakan dan tidak milih-milih dalam membeli suatu produk.

2. Saran bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, bagi yang ingin meneliti dengan variabel tersebut diharapkan dapat mencari referensi yang lebih update. Berdasarkan hasil analisis, diketahui koefisien determinan (R^2) variabel kepercayaan konsumen dengan loyalitas konsumen pada mahasiswa sebesar 0,198, sumbangan efektif kepercayaan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 19,8% sedangkan sisanya 80,2% dipengaruhi oleh faktor lain seperti citra merek, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, kualitas produk . Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencari faktor lain yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen seperti citra merek, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, kualitas produk. Penulis menyadari keterbatasan-keterbatasan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis menyarankan dalam penelitian selanjutnya agar melakukan penyebaran skala penelitian dan tidak memakai data dari hasil uji coba sebagai data di penelitian, dikarenakan pada masa pandemi COVID 19 ini

dalam memakai data try out sebagai penelitian karena dapat mempermudah mahasiswa dalam penyebaran skala