

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan beserta hasil data yang telah diteliti, maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu:

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Maxim pada Mahasiswa FEB Unidha. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Sari & Andjarwati, (2018) Bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan loyalitas konsumen Maxim pada Mahasiswa FEB Unidha. Hal ini berarti bahwa ketika konsumen memiliki kepercayaan yang kuat pada Maxim maka konsumen akan lebih condong untuk tetap loyal dan mengandalkan aplikasi Maxim untuk aktivitas mereka.
3. Variabel lingkungan kerja non fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Maxim pada Mahasiswa FEB Unidha. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Darma (2017) dengan hasil penelitian variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian di atas telah dibuktikan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen Maxim pada Mahasiswa FEB Unidha.

1.2 Saran

Untuk memenuhi referensi selanjutnya, beberapa saran berikut dapat dipertimbangkan:

1. Bagi Maxim untuk mempertahankan loyalitas konsumen diharapkan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen dengan cara selalu memperhatikan keamanan, keselamatan, kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Bagi Maxim supaya lebih meningkatkan loyalitas konsumen disarankan agar meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Maxim dengan cara selalu menjaga kepercayaan konsumen.
3. Bagi Maxim untuk mempertahankan loyalitas konsumen diharapkan untuk selalu memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik, memberikan rasa aman, nyaman sehingga konsumen merasa puas.
4. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan agar dapat menambah variable lain yang belum diteliti pada penelitian ini seperti harga, kemudahan, dan lainnya
5. Pendistribusian kuesioner hendaknya yang lebih spesifik dan disertai dengan metode *pilot test* serta wawancara agar responden dapat memahami pernyataan kuesioner sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat digeneralisasi.