

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan Bab IV mengenai pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pada pengguna Whatsapp di Universitas Kristen Maranatha Bandung, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut.

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada pengguna aplikasi pesan instan whatsapp di Universitas Kristen Maranatha. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Tanggapan responden yang tertinggi yaitu pada indikator pertanyaan aplikasi Whatsapp peduli terhadap penggunanya, dan yang terendah pada indikator pertanyaan aplikasi Whatsapp tidak mengambil keuntungan untuk diri sendiri.

Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada pengguna aplikasi pesan instan whatsapp di Universitas Kristen Maranatha. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Tanggapan responden yang tertinggi yaitu pada indikator pertanyaan Saya rasa saya melakukan hal yang benar ketika menggunakan aplikasi Whatsapp, dan yang terendah pada indikator pertanyaan pilihan saya terhadap aplikasi whatsapp adalah yang terbaik.

Loyalitas pengguna sudah memiliki tingkat loyalitas yang baik, dengan tingkat loyalitas tertinggi pada indikator Bahkan jika teman dekat merekomendasikan aplikasi yang lain preferensi saya terhadap Whatsapp tidak akan berubah, dan yang terendah pada indikator yang sama.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka beberapa saran dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Untuk kepercayaan dan kepuasan pada penggunaan aplikasi Whatsapp, perusahaan dari Whatsapp sendiri harus terus mensosialisasikan tentang aplikasinya dan menjelaskan bahwa aplikasi Whatsapp adalah pilihan yang terbaik

2. Untuk akademis, Penelitian ini hanya mengambil sampel dalam ruang lingkup yang sempit, yaitu Mahasiswa dan Mahasiswi Maranatha. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengambil ruang lingkup pengambilan sampel yang lebih luas agar mendapatkan hasil yang lebih kuat dan akurat.

3. Bagi peneliti yang lain diharapkan penelitian ini menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya dan dapat menggunakan variabel lain seperti variabel citra merek, kualitas produk dan yang lainnya.

