

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penjelasan hasil analisis mengenai pemaparan *output* pengujian di BAB IV maka bisa diperoleh antara lain adalah:

1. Pada penelitian ini secara tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyaitas Pelanggan pada aplikasi *online* Maxim di Kec Tiban Indah Kota Batam. Dengan output pengujian mendapatkan nilai uji nilai thitung $1.389 < t_{tabel} 1.986$ dan nilai signifikasi $0,168 > 0,05$.
2. Pada penelitian ini secara tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyaitas Pelanggan pada aplikasi *online* Maxim di Kec Tiban Indah Kota Batam. Dengan output pengujian mendapatkan nilai uji nilai thitung $-1.090 < t_{tabel} 1.986$ dan nilai signifikasi $0,279 > 0,05$.
3. Pada penelitian ini secara parsial *word of mouth* mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan aplikasi *online* Maxim di Kec Tiban Indah Kota Batam. Dengan output pengujian mendapatkan nilai uji nilai thitung sebesar $7.865 > t_{tabel} 1.986$ dan nilai signifikasi $0,000 < 0,05$.
4. Pada penelitian ini secara simultan *Ease Of Use, Brand Image* dan *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Loyaitas Pelanggan di Kec Tiban Indah Kota Batam. Hasil pengujian uji F mendapatkan nilai $F_{hitung} 141.460 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikasi $0,00 < 0,05$.

5.2 Saran

Sebuah upaya memberikan saran bagi perusahaan untuk dapat menghasil tujuan yang maksimal, yakni:

1. Untuk dapat memaksimalkan loyalitas pelanggan, diharapkan pada aplikasi *online* Maxim dapat meningkatkan dalam *Ease Of Use*, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth* sehingga menghasilkan loyalitas pelanggan yang maksimal.
2. Disarankan Maxim dapat memberikan arahan yang lebih efektif dan menarik melalui *Ease Of Use*, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth* sehingga dapat diterima dengan baik oleh pengguna layanan jasa transportasi *online* Maxim.
3. Bagi peneliti selanjutnya maka penelitian ini bisa dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya dan dapat dikembangkan dengan variabel lainnya