

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Landasan temuan sebelumnya berpotensi digunakan untuk memperkaya interpretasi simpulan melalui penjelasan lanjutan berikut ini:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam. Fenomena ini terbukti dengan nilai t hitung $6,861 > t$ tabel $1,971$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam. Fenomena ini terbukti dengan nilai t hitung $5,400 > t$ tabel $1,971$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam. Fenomena ini terbukti dengan nilai t hitung $4,571 > t$ tabel $1,971$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Kepercayaan, kemudahan penggunaan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam. Fenomena ini terbukti dengan nilai f hitung $125,934 > t$ tabel $2,65$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Dengan mempertimbangkan temuan yang telah dijelaskan, saran akan dapat disampaikan dengan ruang lingkup berikut:

1. Maxim perlu terus membangun dan mempertahankan kepercayaan pelanggan sebagai pondasi utama dalam menciptakan loyalitas yang kuat. Hal ini dapat di

capai dengan meningkatkan transparansi dalam setiap aspek layanan, mulai dari proses pemesanan hingga penyelesaian suatu transaksi. Selain itu, Memberikan jaminan keamanan data dan transaksi juga sangat penting untuk memperkuat kepercayaan pelanggan. Selain itu, pelatihan rutin bagi para *driver* agar selalu memberikan pelayanan yang responsif dan profesional dapat memperkuat rasa percaya pelanggan terhadap merek Maxim.

2. Maxim perlu terus mengoptimalkan kemudahan dalam penggunaan aplikasi dan layanan agar pelanggan dapat mengakses dan memanfaatkan layanan secara efisien. Hal ini dapat dicapai dengan pembaruan terhadap desain antarmuka aplikasi agar tetap intuitif dan mudah dipahami oleh semua kalangan, termasuk pengguna baru maupun yang kurang familiar dengan suatu teknologi. Selain itu, menyediakan tutorial singkat atau panduan penggunaan aplikasi secara berkala akan sangat membantu pelanggan dalam memahami cara kerja layanan Maxim secara optimal.
3. Maxim perlu terus memperkuat dan memelihara citra merek yang positif di mata masyarakat Batam agar pelanggan merasa yakin terhadap layanan yang ditawarkan. Hal ini dapat dicapai dengan mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif dan terarah untuk membangun citra merek yang kuat. Aktivitas seperti kolaborasi dengan komunitas lokal, dan pengelolaan media sosial secara efektif dapat meningkatkan kehadiran merek di Batam. Selain itu, memperkuat testimoni positif dan ulasan pelanggan yang puas juga menjadi alat ampuh dalam membangun reputasi dan persepsi positif terhadap Maxim.

4. Untuk penelitian di masa yang akan datang, sangat dianjurkan agar dilakukan pengembangan dengan memperluas ruang lingkup variabel independen yang diteliti. Hal ini bertujuan agar penelitian dapat mencakup berbagai faktor lain yang mungkin berpengaruh signifikan dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang sedang dikaji. Selain itu, peningkatan jumlah sampel juga menjadi hal penting yang perlu diperhatikan agar hasil penelitian menjadi lebih kuat dengan secara statistik dan dapat merefleksikan karakteristik populasi secara lebih akurat.