

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada situs Traveloka maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan (X1) dan kepuasan (X2) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y) yang ditunjukkan oleh nilai korelasi R sebesar 0,624 (62,4%) yang berarti hubungan antara kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan situs Traveloka dan  $RS^2$  sebesar 0,390 (39,0%) yang berarti pengaruh kepercayaan dan kepuasan adalah 39,0% dan sisanya 61% ditentukan oleh faktor lain.
2. Dilihat dari uji f, Berdasarkan perhitungan yang diperoleh f hitung  $>$  dari f tabel yaitu  $30,997 > 3,090$  dan dengan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka keputusannya adalah  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen. Dilihat dari uji t, variabel kepercayaan (X1) nilai t hitung =  $2,618 >$  t tabel =  $1,660$ , kepuasan (X2) nilai t hitung =  $4,501 >$  t tabel =  $1,660$ , maka keduanya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan situs Traveloka. Maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima pada tingkat signifikan 5%, yang berarti ada

pengaruh yang nyata (signifikan) antara variabel kepercayaan (X1) dan kepuasan (X2) loyalitas konsumen (Y).

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka penulis dapat menyarankan jika perusahaan situs Traveloka ingin loyalitas konsumen meningkat maka kepercayaan dan kepuasan konsumen perlu ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dengan lebih baik di situs Traveloka sehingga konsumen tetap loyal menggunakan situs Traveloka.

