

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat persamaan regresi sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* yang meliputi kekuatan, keunikan, keunggulan dan kualitas terhadap penggunaan Gopay pada Mahasiswa FEB UM Metro didasarkan atas hal tersebut maka mahasiswa FEB UM Metro akan Loyal dalam menggunakan Gopay.
2. *Advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa *advertising* yang meliputi membujuk, mempertahankan dan memberi nilai tambah harus lebih ditingkatkan. Kemampuan memahami pelanggan dalam proses pelayanan maka akan meningkatkan loyalitas yang menggunakan Gopay dan jika konsumen merasa dengan apa yang diharapkan maka dikatakan memuaskan. Pada saat konsumen sudah puas, maka konsumen akan menunjukkan ciri-cirinya sebagai konsumen yang puas dengan loyal terhadap penggunaan Gopay.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan produk, inovasi, keunggulan produk dan kualitas produk lebih ditingkatkan lagi. Kemampuan berinovasi dan kualitas produk dalam proses pelayanan yang baik dari Gopay maka akan meningkatkan loyalitas penggunaan Gopay pada mahasiswa FEB UM Metro.
4. *Brand image*, *advertising* dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan produk, inovasi, keunggulan produk dan kualitas produk lebih ditingkatkan lagi. Kemampuan berinovasi dan kualitas produk dalam proses pelayanan yang baik dari Gopay maka akan meningkatkan loyalitas penggunaan Gopay pada mahasiswa FEB UM Metro.

B. Saran

Berdasarkan simpulan dapat disarankan sebagai berikut:

1. Saran untuk Perusahaan PT. Gojek Indonesia agar lebih meningkatkan lagi *advertising* dan kepuasan konsumen serta mempertahankan dan lebih konsisten dalam *brand image*. Peningkatan variabel tersebut melalui membujuk, mempertahankan dan kualitas layanan produk serta inovasi sehingga akan menimbulkan loyalitas penggunaan Gopay.
2. Diketahui pada variabel *brand image* lebih meningkatkan *brand image* secara periodik mengenai loyalitas penggunaan Gopay nya. Hal ini diharapkan agar mahasiswa UM Metro Khususnya FEB lebih loyal dalam menggunakan Gopay.
3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel *brand image* merupakan variabel yang paling dominan. Oleh karena itu disarankan kepada pihak PT. Gojek Indonesia untuk mempertahankan dan meningkatkan lagi Loyalitas dalam penggunaan Gopay.
4. Untuk mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis dapat Menambah wawasan dan pengetahuan dalam *brand image, advertising dan* Kepuasan Konsumen serta pada peneliti seterusnya diharapkan lebih mengembangkan penelitian ini dengan variabel lain nya yang mempengaruhi Loyalitas.