

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis yaitu sebagai berikut :

- Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,705 artinya bahwa *Assurance* (X1) dan *Empathy* (X2) berpengaruh terhadap Kepercayaan Konsumen (Y). Angka ini berarti bahwa kontribusi variabel *Assurance* (X1) dan *Empathy* (X2) terhadap Kepercayaan Konsumen (Y) sebesar 70% dan sisanya 30% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- *Assurance* (X1) dan *Empathy* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepercayaan Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F 39,514 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Assurance* (X1) dan *Empathy* (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen (Y) diterima.
- Hasil penelitian diperoleh dari variabel *Essurance* (X1) memiliki koefisien regresi sebesar -400 terhadap Kepercayaan Konsumen (Y) dan nilai t hitung sebesar -2,633 dengan tingkat signifikansi $0,13 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

- Hasil penelitian diperoleh dari variabel *Empathy* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,871 terhadap Kepercayaan Konsumen (Y) dan nilai t hitung sebesar 8,715 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- Dengan adanya *Essurance* yang baik dari karyawan bengkel dapat membuat konsumen loyal pada Bengkel Resmi Yamaha di Kota Poso, oleh karena itu hendaknya dipertahankan, sehingga konsumen menjadi loyal dengan *Essurance* yang ada pada Bengkel Resmi Yamaha tersebut, dengan adanya *Essurance* yang baik akan selalu dinantikan konsumen dan akan membuat konsumen loyal.
- Lokasi yang strategis, dekat dengan perkantoran dan akses yang mudah dijangkau dapat membuat konsumen menjadi loyal di Depot Air Minum Isi Ulang Syaquilla Poso oleh karena itu hendaknya dipertahankan agar membuat konsumen lebih mudah untuk membeli di Depot Air Minum Isi Ulang Syaquilla Poso.
- Bagi para peneliti yang akan datang disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lainnya selain *Assurance* dan *Empathy* yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen Kepercayaan, misalnya kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan yang bertujuan untuk lebih

melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi Kepercayaan.

