

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis data dalam penelitian yang membahas tentang “Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Trust* pada Pengguna Aplikasi Dompot Digital DANA (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)” dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh langsung antara kemudahan terhadap *brand trust* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA. Besarnya pengaruh langsung adalah 0,625.
2. Terdapat pengaruh langsung antara keamanan terhadap *brand trust* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA. Besarnya pengaruh langsung adalah 0,258.
3. Terdapat pengaruh tidak langsung antara kemudahan terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA. Besarnya pengaruh tidak langsung adalah 0,194.
4. Terdapat pengaruh tidak langsung antara kemudahan terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA. Besarnya pengaruh tidak langsung adalah 0,080.
5. Terdapat pengaruh langsung antara *brand trust* terhadap *brand loyalty* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA. Besarnya pengaruh langsung adalah 0,311.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dalam menghadapi persaingan dunia bisnis, dimana menjamurnya aplikasi dompet digital saat ini, maka disarankan perusahaan dapat memperhatikan kemudahan dan keamanan aplikasinya agar kepercayaan pengguna meningkat karena hal ini akan berdampak positif pada loyalitas pengguna aplikasi dompet digital DANA. Dalam mempertahankan pengguna loyalnya, perusahaan dapat membuat program promosi yang tepat dan agresif, misalnya berupa *loyalty program*, dan sebagainya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya untuk dapat terus mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang mempengaruhi *brand loyalty* selain dari kemudahan, keamanan dan *brand trust*, misalnya *brand image*, *brand experience*, dan lain-lain. Kemudian, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner *online* dengan skala likert, sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik lainnya, seperti wawancara langsung. Selain itu, penelitian ini hanya meneliti di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, hanya satu fakultas dalam satu kampus, diharapkan ke depan dapat meneliti dengan ruang lingkup yang lebih besar lagi.

3. Bagi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan tentang kemudahan dan keamanan terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust* pada pengguna aplikasi dompet digital DANA mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Untuk para pengguna aplikasi dompet digital, sebaiknya dapat memilih aplikasi yang terpercaya. Aplikasi dompet digital memberikan kemudahan dalam proses transaksinya oleh sebab itu disarankan kepada para pengguna untuk lebih jeli memanfaatkan jasa ini dengan memperhitungkan faktor keamanan yang ditawarkan oleh aplikasi dompet digital tersebut.