

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 87 orang responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan *customer relations* terhadap kepercayaan pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Kualitas pelayanan *customer relations* dengan kepercayaan pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) memiliki hubungan yang sangat kuat yaitu sebesar 0,913. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan positif di antara kedua variabel tersebut.
2. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan *customer relations* terhadap kepercayaan pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Maka sebesar 83,4% Kepercayaan Pelanggan (Y) ditentukan oleh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* (X).
3. Penelitian untuk uji t menunjukkan hasil Hipotesis Alternatif (Ha) diterima yaitu terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan *customer relations* terhadap kepercayaan pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Tidak benar, bahwa Hipotesis Nol (H0) diterima, melainkan ditolak. Dapat diketahui yaitu  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$   $20,507 > 1,658$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan *customer relations* dengan kepercayaan pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

## IV.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang didapat dan hasil penelitian maka, peneliti mengajukan beberapa saran berikut ini:

1. Berdasarkan indikator lemah yang dimiliki variabel X (Kualitas Pelayanan *Customer Relations*) maka untuk pernyataan Nama produk pelayanan JNE sangat mudah diingat Anda, banyak pilihan produk memungkinkan *customer* bingung dan sulit mengingat produk-produk apa saja yang ada. Hanya nama produk yang biasa digunakan saja yang diingat. Sebaiknya nama produk digambarkan dengan sesuatu yang sering dijumpai di kehidupan sehari-hari untuk memudahkan *customer* mengingat nama produknya.
2. Berdasarkan indikator lemah yang dimiliki variabel Y (Kepercayaan Pelanggan) maka untuk pernyataan Anda merasa opini anda didengarkan oleh PT JNE melalui pelayanan *customer relations*. Seperti yang kita ketahui bahwa perusahaan JNE sudah besar dan namanya sudah terbentang di banyak wilayah Indonesia. *Customer* adalah salah satu aset terpenting yang JNE miliki. Oleh karena itu, realisasikan lah opini dari customer karena opini yang diberikan merupakan masukan dan serta kritikan yang diberikan secara tidak langsung yang akan meningkatkan kualitas JNE sendiri untuk memberikan kenyamanan, kepuasan, serta kepercayaan lebih dari *customer*.