

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah di analisis dan juga pembahasan dengan menggunakan metode SEM-PLS melalui SmartPLS mengenai kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman JNE Express, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pada jasa pengiriman JNE Express. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut artinya kualitas pelayanan yang baik maka untuk kedepannya akan tetap meningkatkan pelayanan saat melakukan pembelian pengiriman jasa JNE Express. Jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak ada perubahan maka keputusan pembelian menjadi turun terhadap jasa pengiriman JNE Express.
2. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman JNE Express. Hal tersebut membuktikan, bahwa citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini artinya citra merek yang semakin baik maka akan meningkatkan kepercayaan pada pelanggan saat menggunakan jasa pengiriman JNE Express. Namun, kualitas pelayanan yang buruk dan rumit, maka keputusan pembelian menjadi menurun terhadap jasa pengiriman JNE Express.
3. Keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman JNE Express. Hal tersebut membuktikan keputusan pembelian memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini artinya semakin besar pelanggan melakukan pembelian, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap jasa pengiriman JNE Express karena pelanggan mempunyai keinginan untuk menggunakan kembali. Namun, keputusan pembelian menurun, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan terhadap jasa pengiriman JNE Express.

4. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman JNE Express.. Hal tersebut membuktikan, bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini artinya kualitas pelayanan yang semakin baik maka akan meningkatkan rasa kepuasan pada pelanggan saat menggunakan jasa pengiriman JNE Express. Namun, kualitas pelayanan yang buruk, maka kepuasan pelanggan menjadi menurun terhadap jasa pengiriman JNE Express.
5. Citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman JNE Express. Hal ini dapat dibuktikan, bahwa citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut artinya citra merek kurang baik maka dapat meningkatkan rasa kepuasan pada pelanggan saat menggunakan jasa pengiriman JNE Express, tetapi jika citra merek yang buruk, maka kepuasan pelanggan dapat menjadi penurunan terhadap jasa pengiriman JNE Express.
6. Kualitas pelayanan dan citra merek secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian yang menggunakan jasa pengiriman JNE Express. Hal tersebut membuktikan kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Hal ini artinya kualitas pelayanan dan citra merek yang diberikan semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat serta meningkatkan pembelian untuk selalu menggunakan jasa pengiriman JNE Express kembali. Namun, kualitas pelayanan yang buruk citra merek, maka keputusan pembelian akan menurun serta menurunkan kepuasan pelanggan untuk selalu menggunakan jasa pengiriman JNE Express.

V.2 Saran

Dari hasil pembahasan dari kesimpulan pada penelitian ini, maka ada saran untuk pihak perusahaan dan peniliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Saran bagi pihak perusahaan

- A. Kualitas Pelayanan

Jasa pengiriman JNE Express harus selalu berusaha untuk mempertahankan kualitas pelayanan dengan baik seperti yang telah

dirasakan oleh pelanggan saat ini. Namun, diharapkan jasa pengiriman JNE Express bisa meningkatkan kualitas pelayanan dengan semakin baik terutama memberikan informasi yang selalu *terupdate* terhadap posisi paket di cek resi pada *website* JNE Express. Hasil penelitian ini mendapatkan angka yaitu sebesar 0.583 nilai terkecil dari *outer model* berisi pertanyaan yaitu “Petugas memberi respon dengan cepat terhadap keluhan pelanggan”. Hal tersebut supaya selalu menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, sehingga ke depannya bisa memperoleh kembali jasa pengiriman nomor 1 di Indonesia dan mampu untuk selalu berkompetitif dengan jasa pengiriman pesaing lainnya.

B. Citra Merek

Jasa pengiriman JNE Express harus selalu mempertahankan sekaligus meningkatkan citra melalui kualitas pelayanan yang sangat baik supaya pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi dan harapan pelanggan. Hasil penelitian ini mendapatkan angka yaitu sebesar 0.126 nilai terkecil dari *outer model* berisi pertanyaan yaitu “Merek jasa pengiriman JNE tidak dapat melayani semua segmen”. Jasa pengiriman JNE Express mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan pelanggan, maka akan menciptakan keputusan pembelian dan kepuasan untuk menggunakan layanan yang diberikan oleh JNE Express dan tidak akan berpaling terhadap pesaing lainnya yang tentunya akan memberikan dampak yang positif untuk jasa pengiriman JNE Express.

C. Kepuasan Pelanggan

Jasa pengiriman JNE Express harus selalu mempertahankan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dan menjaga citra merek yang sangat baik supaya pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi dan harapan pelanggan. Hasil penelitian ini mendapatkan angka yaitu sebesar 0.738 nilai terkecil dari *outer model* berisi pertanyaan yaitu “Pelayanan yang diberikan oleh ekspedisi JNE lebih memuaskan daripada ekspedisi lain”. Jasa pengiriman JNE Express mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan pelanggan, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan untuk menggunakan layanan yang

diberikan oleh JNE Express dan tidak akan berpaling terhadap pesaing lainnya yang tentunya akan memberikan dampak yang positif untuk jasa pengiriman JNE Express.

D. Keputusan Pembelian

Jasa pengiriman JNE Express harus selalu mempertahankan sekaligus meningkatkan suatu perencanaan agar meningkatnya pembelian pada ekspedisi JNE Express agar. Hasil penelitian ini mendapatkan angka yaitu sebesar 0.646 nilai terkecil *outer loading* berisi pertanyaan yaitu “Menggunakan jasa ekspedisi JNE dapat mempengaruhi perilaku konsumen lain”. Jasa ekspedisi JNE Express harus memberikan keyakinan kepada pembeli agar tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam hal pengiriman barang

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan dan menggunakan variabel-variabel lainnya seperti kualitas produk, harga, *word of affirmation* dan lain-lain. Serta peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah responden dan memperluas cakupan wilayah penelitian untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan secara lebih dalam.