

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Hal ini berarti menjadi tugas bagi JNE untuk lebih berfokus pada proses meningkatkan kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen.
- b. Harga berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini berarti penetapan harga yang tepat seimbang dengan manfaat yang diterima sehingga konsumen merasakan kepuasan.
- c. Kepercayaan berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini berarti semakin tinggi atau kuatnya kepercayaan merek yang dimiliki konsumen maka semakin tinggi pula loyalitas merek.
- d. Kualitas pelayanan secara tidak langsung tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan belum mampu memberikan kontribusi yang maksimal dalam memediasi kualitas pelayanan untuk mendapatkan kelayakan konsumen.
- e. Harga berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga yang tepat seimbang dengan manfaat yang diterima sehingga konsumen merasakan kepuasan.
- f. Kepercayaan berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau kuatnya kepercayaan merek yang dimiliki konsumen maka semakin tinggi pula loyalitas merek.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dibuat sesuai dengan prosedur yang diterapkan, akan tetapi masih terdapat beberapa keterbatasan yang membatasi penelitian ini, antara lain:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan 100 kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden sehingga hasil kesimpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner.
- b. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan konsumen JNE sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat di generalisasi untuk loyalitas jasa kurir selain jne.
- c. Jumlah variabel yang digunakan hanya mencakup kualitas layanan, harga, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas.

5.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian dapat digunakan perusahaan menjadi bahan referensi dalam mengelola manajemen pemasaran dimana semua variabel saling memiliki pengaruh yang kuat antara satu sama lain. Dan variabel kepuasan yang menjadi variabel intervening sebagai variabel penghubung antara kualitas pelayanan, harga, kepercayaan kepada variabel loyalitas. Maka saran berdasarkan hasil penelitian adalah agar perusahaan lebih memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen agar konsumen merasa puas setelah menggunakan jasa JNE.
- b. Hasil penelitian ini dapat juga digunakan untuk menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya dimana baiknya menggunakan variabel-variabel yang lain namun berkaitan dengan variabel yang telah saya teliti untuk melihat apakah adanya pengaruh variabel lain saling berpengaruh pada variabel yang sudah saya teliti.
- c. Hasil penelitian ini juga dapat bermanfaat untuk masyarakat dalam menjadi bahan referensi untuk melihat kinerja perusahaan yang sudah saya teliti agar konsumen atau masyarakat dapat melihat sebagai penilaian

perusahaan JNE apakah JNE memiliki kualitas yang baik dalam memberikan jasa kepada konsumen atau masyarakat.

