

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis data yang telah dilakukan peneliti, dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Kecepatan berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan J&T secara keseluruhan di kota Surabaya. Adanya peningkatan pada indikator-indikator kecepatan akan meningkatkan kualitas layanan J&T yang dirasakan oleh konsumen secara keseluruhan.
2. Kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap kualitas layanan J&T secara keseluruhan di kota Surabaya. Adanya peningkatan pada indikator-indikator kemudahan hanya memberikan sedikit perubahan pada kualitas layanan J&T yang dirasakan oleh konsumen secara keseluruhan.
3. Akurasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kualitas layanan J&T secara keseluruhan di kota Surabaya. Adanya peningkatan pada indikator-indikator akurasi hanya memberikan sedikit perubahan pada kualitas layanan J&T yang dirasakan oleh konsumen secara keseluruhan.
4. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan J&T secara keseluruhan di kota Surabaya. Adanya peningkatan pada indikator-indikator keamanan akan meningkatkan kualitas layanan J&T yang dirasakan oleh konsumen secara keseluruhan.
5. Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan J&T secara keseluruhan di kota Surabaya. Adanya peningkatan pada indikator-indikator

bukti fisik akan meningkatkan kualitas layanan J&T yang dirasakan oleh konsumen secara keseluruhan.

6. Kualitas layanan keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T di kota Surabaya. Adanya peningkatan pada indikator-indikator kualitas layanan keseluruhan akan meningkatkan kepuasan konsumen J&T.
7. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T di kota Surabaya. Adanya peningkatan pada indikator-indikator kepuasan konsumen akan meningkatkan loyalitas konsumen J&T.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam proses pengerjaan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Penggunaan kuisisioner *online* (*Google form*) untuk mengumpulkan data. Hal ini menyebabkan peneliti tidak dapat bertatap muka secara langsung dengan responden dan menjelaskan secara rinci terkait penelitian ini. Peneliti juga tidak dapat mengetahui secara langsung apakah responden benar-benar memahami setiap detail pertanyaan pada kuisisioner.
2. Hasil uji validitas diskriminan menunjukkan variabel kemudahan memiliki nilai akar AVE yang lebih rendah daripada nilai akar AVE variabel akurasi. Dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator variabel kemudahan yang digunakan dalam penelitian ini kurang bisa menjelaskan variabel kemudahan itu sendiri.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi Manajemen J&T

1. Dari hasil penelitian ini, variabel kecepatan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan J&T secara keseluruhan diharapkan pihak manajemen J&T lebih memperhatikan aspek-aspek kecepatan, yaitu kecepatan pada proses pengambilan dan pengiriman barang, jaringan transportasi yang memadai, serta kecepatan respon karyawan dalam menangani permintaan konsumen.
2. Variabel keamanan juga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Pihak manajemen J&T perlu lebih memperhatikan aspek-aspek keamanan untuk ditingkatkan agar dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan J&T secara keseluruhan. Adapun aspek-aspek keamanan yang dapat dijadikan acuan adalah kebijakan kompensasi bagi konsumen yang merasa dirugikan, manajemen informasi yang baik dari pihak J&T kepada konsumen, serta minimalisasi kerusakan atau kerugian pada proses pengiriman barang.
3. Variabel bukti fisik menjadi variabel ketiga yang juga berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Sebaiknya pihak manajemen J&T lebih memperhatikan aspek-aspek bukti fisik yang dapat mendorong kualitas layanannya agar dinilai baik oleh konsumen. Adapun aspek-aspek bukti fisik dalam penelitian ini yang dapat dijadikan dasar pertimbangan oleh pihak manajemen J&T dalam memperbaiki kualitas

layanannya adalah penampilan karyawan, fasilitas fisik yang baik (lokasi mudah ditemukan dengan adanya papan nama/*neon box*), serta pengadaan peralatan yang memadai di setiap lokasi.

4. Hasil penelitian ini menemukan bahwa responden yang merupakan konsumen J&T telah merasa sangat puas dengan kualitas layanan J&T. Sebaiknya pihak manajemen mempertahankan hal tersebut dan ditunjang dengan peningkatan pada kualitas layanan.
5. Dalam penelitian juga ditemukan bahwa responden yang merupakan konsumen J&T telah menjadi loyal pada perusahaan J&T dan bersedia untuk mempromosikan J&T kepada rekanannya. Hal ini sebaiknya dipertahankan oleh pihak manajemen J&T dan bahkan ditingkatkan melalui pengelolaan sosial media yang baik serta mengadakan acara atau forum khusus konsumen J&T untuk dapat menjalin hubungan lebih dekat dengan konsumen secara tidak langsung. Selain itu pihak manajemen juga dapat memberikan promo menarik untuk konsumen yang telah lama menggunakan jasa J&T.

5.3.2 Bagi Peneliti Lainnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan ikut mendampingi responden ketika mengisi kuisisioner agar tidak terjadi kesalahan pengisian dan menimbulkan bias pada data yang terkumpul.
2. Karena wilayah penelitian ini hanya mencakup kota Surabaya, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan wilayah lain yang lebih luas

dengan berbagai macam kultur yang berbeda sehingga dapat dibandingkan hasil penelitiannya.

3. Industri yang diteliti dalam penelitian ini adalah industri jasa logistik. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada industri lain dalam bidang pelayanan sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dengan industri yang berbeda.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel bebas lain seperti : Kepercayaan (Fauzi & Suryani, 2019), efisiensi ekonomi (Park, *et al*, 2009), dan citra merek (Saleem & Raja, 2014).



DAFTAR RUJUKAN

- Ali, Qaisar. (2018). Service quality from customer perception: evidence from carter model on Bank Islam Brunei Darussalam (BIBD). *International Journal of Business and Management*, 13(2), 138.
- Alnaser, FMI., Ghani, MA., Rahi, S. (2017) The Impact of SERVQUAL Model and Subjective Norms on Customer's Satisfaction and Customer Loyalty in Islamic Banks: A Cultural Context. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 6 (5), 455.
- Anderson, E.W., Fornell, C., Lehmann, D.R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58 (3), 53-67.
- Bahtiar, Fahmi. "Kebal, Jasa Pengiriman Barang Domestik Berkibar di Masa Pandemi". Sindonews, 9 Oktober 2020, <https://ekbis.sindonews.com/read/190192/34/kebal-jasa-pengiriman-barang-domestik-berkibar-di-masa-pandemi-1602151835>. Diakses pada 5 November 2020.
- Bhardwaj, S. S., & Chawla, K. (2013). Exploring competitiveness of the Indian health sector: A service quality perspective. *Journal of Health Management*, 15(4), 535-547.
- Brida, J. G., Moreno-Izquierdo, L., & Zapata-Aguirre, S. (2016). Customer perception of service quality: The role of Information and Communication Technologies (ICTs) at airport functional areas. *Tourism Management Perspectives*, 20, 209-216.
- Chao, C. C., Lirn, T. C., & Shang, K. C. (2013). Market segmentation of airline cargo transport. *The Service Industries Journal*, 33(15-16), 1672-1685.
- Dubey, A., & Srivastava, A. K. (2016). Impact of service quality on customer loyalty-A study on telecom sector in India. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 18(2), 45-55.
- Fauzi, A.A., & Suryani, Tatik. (2018). Measuring The Effects of Service Quality By Using CARTER Model Towards Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Indonesian Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing*, 10 (1), 269-289.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *Sage Open*, 10(2), 1-10.
- Ganiyu, Rahim A. (2017). Customer Satisfaction and Loyalty: A Study Interrelationships and effects in Nigerian Domestic Airline Industry. *Oradea Journal of Business and Economics*, 2(1), 7-20.
- Ghozali, Imam. (2014). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. & Latan, H. (2014). Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WARPPLS 4.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gong, Taeshik & Yi, Youjae. (2018). The Effect of Service Quality on Customer

- Satisfaction, Loyalty, and Happiness in Five Asian Countries. *Psychology and Marketing*, 35 (6), 427-442.
- Gronroos, Christian. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18 (4), 36-44.
- Hati, Shinta Wahyu & Juliati, Aisyah. (2019). Analisis Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, 7 (2), 240-249.
- Ho, J. S. Y., Teik, D. O. L., Tiffany, F., Kok, L. F., & Teh, T. Y. (2012). Logistic service quality among courier services in Malaysia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 3(4), 113-117.
- Izogo, E.E., & Ogba, I. (2014). Service quality, Customer Satisfaction, and Loyalty in Automobile Repair Services Sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32 (3), 250-269.
- Jamal, H. Z., Mahamed Ali, F., & Azmi, R. (2018). The relationships between service quality and customer satisfaction of a courier service provider: towards more focus approach. *Academic Journal of Business and Social Sciences (AJoBSS)*, 2, 1-13.
- Juga, J., Juntunen, J., Grant, D.B. (2010). Service Quality and Its Relation to Satisfaction and Loyalty in Logistics Outsourcing Relationships. *Managing Service Quality*, 20 (6), 496-510.
- Kadlubek, M., & Grabara, J. (2015). Customer's Expectations and Experiences Within Chosen Aspects of Logistic Customer Service Quality. *International Journal for Quality Research*, 9 (2), 265-278.
- Le, D. N., Nguyen, H. T., & Truong, P. H. (2019). Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36(2), 89-103.
- Libo-on, Joefel T. (2021). Service Quality Influence on Customer Satisfaction in Courier Services: A Comparative Study. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4 (3), 43-55.
- Limbourg, S., Giang, Ho T.Q., Cools, Mario. (2016). Logistics Service Quality: The Case of Da Nang City. *Procedia Engineering*, 142, 124-130.
- Oliver, R.L.A. (1980). Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Oliver, R.L. (1999). Whence Customer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63 (2), 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50.
- Park, Y., Choi, J. K., & Zhang, A. (2009). Evaluating competitiveness of air cargo express services. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 45(2), 321-334.
- Qadri, Usman Ahmad. (2015) Measuring Service Quality Expectation and Perception Using SERVQUAL: A Gap Analysis. *Business and Economics Journal*, 6 (3), 162.
- Rajab, A. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Atribut Produk Terhadap

- Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5 (4), 1-22.
- Rantung, Ferdi. "Mendag Ungkap E-Commerce Solusi Tingkatkan Perdagangan di Era Covid-19". *Okefinance*, 1 September 2020, <https://economy.okezone.com/read/2020/09/01/320/2271041/mendag-ungkap-e-commerce-solusi-tingkatkan-perdagangan-di-era-covid-19>. Diakses pada 5 November 2020.
- Roslan, Nor A.A., Wahab, Eta., Abdullah, N.H. (2015). Service Quality: A Case Study of Logistics Sector in Iskandar Malasia Using SERVQUAL Model. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 457-462.
- Saleem, Hamad, & Raja, N. S. (2014). The Impact Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Brand Image: Evidence from Hotel Industry of Pakistan. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19 (5), 706-711.
- Saura, I.G., Frances, D.S., Contri, G.B., Blasco, M.F. (2008). Logistics Service Quality: A New Way to Loyalty. *Industrial Management & Data Systems*, 108 (5), 650-668.
- Sheng, Tianxiang & Liu, Chunlin. (2010). An Empirical Study on The Effect of E-Service Quality on Online Customer Satisfaction and Loyalty. *Nankai Business Review International*, 1 (3), 273-283.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Tileng, Y.M., Utomo, W.H., Latuperissa, R. (2013). Analysis of Service Quality using Servqual Method and Importance Performance Analysis (IPA) in Population Department, Tomohon City. *International Journal of Computer Applications*, 70 (19), 23-30.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Service, Quality, & Customer Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husein. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Valaei, Naser., Rezaei, Sajad., & Shahijan M.K. (2016). CouQual: Assessing Overall Service Quality in Courier Service Industry and The Moderating Impact of Age, Gender, and Ethnicity. *Int. J. Management Concepts and Philosophy*, 9 (2), 144-169.
- Willy, A., & Jogiyanto. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: ANDI.
- Winarno, Heru. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA) pada PT. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 1(2), 146-160.
- Yousapronpaiboon, Khanchitpol. (2014). SERVQUAL: Measuring Higher Education Service Quality in Thailand. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, 1088-1095.