

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan judul penelitian, pokok permasalahan, tujuan penelitian, rumusan hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE di Surabaya. Jika variabel kepuasan mengalami penurunan sebesar 0,141 satu satuan skor maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel kepuasan sebesar satuan skor, sebaliknya jika variabel kualitas layanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan skor maka akan terjadi peningkatan pada variabel kepuasan sebesar 0,141 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh JNE maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan sebaliknya semakin buruk kualitas layanan yang diberikan maka semakin rendah pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan JNE di Surabaya.
2. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE Surabaya. Jika variabel kualitas mengalami penurunan sebesar 0,154 satu satuan skor maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel loyalitas sebesar satuan skor dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kualitas mengalami peningkatan sebesar satu satuan skor maka akan terjadi peningkatan pada

variabel loyalitas sebesar 0,154 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan JNE kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap JNE

3. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Surabaya. Jika variabel kepuasan mengalami penurunan sebesar 0,539 satuan skor maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel loyalitas sebesar satuan skor dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kepuasan mengalami peningkatan sebesar satu satuan skor maka akan terjadi peningkatan pada variabel loyalitas sebesar 0,539 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan JNE di Surabaya, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap JNE di Surabaya.

## **5.2 Keterbatasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat kendala yang bersifat situasional, dimana responden kurang respect terhadap pengisian kuisioner dikarenakan tempat pengambilan kuisioner lebih sering ditempat terbuka dan ramai.
2. Keterbatasan teknik pengumpulan data yang melalui kuesioner menimbulkan bias jawaban responden, lebih baik jika pengumpulan data diperkuat dengan wawancara.

3. Masih banyak variabel yang dapat mempengaruhi kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian mendatang diharapkan dapat menambah jumlah variabel penelitian yang dipergunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas seperti: kepercayaan, citra, strategi, *customer value*, serta keunggulan produk.
4. Waktu pengumpulan data yang singkat, sehingga peneliti hanya bisa mencapai responden yang lokasinya terbatas. Akan tetapi untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk memperbanyak jumlah lokasi yang akan dijadikan sampel untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan pembahasan dan simpulan dalam penelitian ini, adapun saran untuk perbaikan yang dapat disampaikan kepada JNE sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dinyatakan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil deskripsi variabel penelitian, terlihat bahwa responden merasa kurang puas terhadap kualitas layanan. Ketidakpuasan responden terlihat dari dimensi bukti langsung yaitu penampilan yang kurang menarik, oleh karena itu JNE harus meningkatkan kualitas layanannya dengan memberikan arahan atau masukan kepada staf agar lebih memperhatikan penampilan
2. Kualitas layanan dinyatakan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan maka dari itu, JNE harus berusaha untuk dapat menciptakan pelanggan yang tidak hanya sekedar loyal, salah satunya cara yang dapat ditempuh adalah dengan meningkatkan kecepatan dalam layanan, sehingga

pelanggan akan dapat lebih loyal jika JNE dapat menangani pelanggannya dengan baik dan cepat.

3. Kepuasan pelanggan dinyatakan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan maka perlu untuk lebih menekankan kepuasan, meningkatkan setiap keluhan pada pelanggan, sehingga pelanggan akan dapat lebih loyal jika JNE dapat menangani keluhan pelanggannya dengan baik.
4. Pada faktor kualitas layanan yaitu memperbaiki penampilan karyawan, agar terlihat menarik, serta meningkatkan peralatan yang canggih.

Pada faktor kepuasan pelanggan JNE harus meningkatkan layanan yang baik terhadap pelanggan, menyapa pelanggan, dan tanggap atas keluhan pelanggan, sehingga pelanggan dapat merasa puas saat menggunakan jasa pengiriman di JNE.

Pada faktor loyalitas pelanggan JNE perlu meningkatkan kualitas layanan agar tercipta rasa puas dalam diri pelanggan, sehingga pelanggan mu merekomendasikan JNE kepada orang lain, serta menjadikan JNE pilihan pertama untuk bertransaksi pengiriman barang.

## DAFTAR RUJUKAN

- Chao – Chan Wu, “The Impact of Hospital Brand Image on Service Quality, Patient Satisfaction and Loyalty”. *African Journal of Business Management Vol. 5(12)*, pp 4873-4882, 18 June, 2011
- Faizan Mohsan, Muhammad Musarrat Nawaz, M Sarfraz Khan, Zeeshan Shaukat, Numan Aslam, “Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan”. *International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 16; September 2011*
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. 2012 Pemasaran Strategik Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Imam Ghozali. (2011). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima) Semarang. Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_ Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi ketujuh) Semarang. Universitas Diponegoro.
- Kasmir, 2008. Manajemen Perbankan, Edisi Revisi 2008, PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta; Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi. Jakarta; Erlangga.
- Naresh K. Maholtra. 2009. *Basic Marketing Research*. 3th Edition. New Jersey; Prentice Hall.
- Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andrani Kusumawati “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.6 No.2 Desember 2013*
- Tatik Suryani, 2008. Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Tony Wijaya. 2011. Manajemen Kualitas Jasa ( *Desain Servqual*, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian). Indeks; Jakarta.
- Van Voorhis C.R.W & Morgan B.L., 2007, *Understanding Power and Rules of thumb for Determining Sample Sizes. Tutorials In Quantitative Methods For Psychology*, 3 (2) : 43-50.