

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman Tiki di Surabaya.
2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman Tiki di Surabaya. Yang artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh jasa pengiriman Tiki, semakin tinggi pula pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman Tiki dan akan berpengaruh signifikan positif terhadap jasa pengiriman Tiki.
3. Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman Tiki di Surabaya. Yang artinya pelanggan menggunakan jasa pengiriman Tiki belum tentu berdasarkan kepercayaan, sehingga berpengaruh tidak signifikan terhadap jasa pengiriman Tiki.
4. Komitmen pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman Tiki di Surabaya. Yang artinya apabila komitmen pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman Tiki benar – benar sesuai dengan komitmen mereka yaitu menggunakan jasa pengiriman Tiki dan dampaknya berpengaruh signifikan positif.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Responden dalam penelitian ini pada umumnya adalah masyarakat yang berpendidikan terakhir SMA / SMK dengan umur 17 – 22, Sehingga mereka cenderung kurang memahami arti dari pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.
2. Beberapa responden kurang serius dalam mengisi kuisoner, terutama ketika mengisi pertanyaan terbuka pada kuisioner penelitian sehingga menghasilkan jawaban responden yang bertolak belakang dengan isian di pernyataan tertutup.
3. Responden kurang memahami item-item pernyataan pada kuisioner kualitas layanan sehingga jawaban responden kurang spesifik dan menyebabkan hasilnya tidak signifikan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-sarannya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Tiki

Dari hasil penelitian ini dapat terlihat bahwa variabel kualitas layanan dan komitmen pelanggan yang berpengaruh signifikan yang didasari oleh nilai signifikan dibawah 0,05 dibandingkan dengan variabel kepercayaan. Demi mencapai hasil yang signifikan dari variabel kepercayaan, perusahaan jasa pengiriman Tiki harus menciptakan dan mengembangkan budaya yang kuat

dalam organisasi dimana setiap karyawan memberikan perbedaan dengan berinovasi dan selalu berpikir diluar kebiasaan sehingga pelanggan merasa percaya bahwa jasa pengiriman Tiki ini mempunyai struktur kerja yang baik dan dapat dipercaya dan pelanggan akan berkomitmen untuk mengguna jasa pengiriman Tiki. Selain harus meningkatkan kepercayaan dan komitmen pelanggan, jasa pengiriman Tiki juga tentunya harus membangun pola pikir yang berorientasi pada pelanggan dengan kesadaran tinggi untuk memberikan kepuasan pada pelanggan melebihi dari yang diharapkan. Memberikan Perbedaan merek Tiki yang sangat kompetitif dengan berbagai ide dan strategi yang inovatif serta mempertahankan konsistensi dalam pencapaian prestasi yang terbaik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji ulang penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya dengan menggunakan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna jasa yang lain seperti kepuasan konsumen sehingga diharapkan peneliti selanjutnya akan lebih baik. Selain itu diharapkan peneliti selanjutnya bisa menggunakan model penelitian yang berbeda dimana komitmen pelanggan berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan pengguna jasa melalui kepercayaan pelanggan. Selain itu peneliti berikutnya dapat menambah jumlah sampel yang lebih besar dan menambah jumlah indikator dengan tujuan lebih mengeksplorasikan hasil penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Afsar, Bilal, Zia Ur Rehman, Jaweria And leeb Qureshi And Shahjehan, (2010) "Determinan Of Customer Loyalty In the banking Sector. the case of Pakistan "African Journal of buissnes Management.4 (june).
- Danang Sunyoto. (2012). Konsep dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen, Yogyakarta.
- Imam, Ghozali. (2008). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Imam, Ghozali. (2011). 'Aplikasi Analysis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang; BP universitas Diponegoro.
- Imam, Ghozali. (2013). *Aplikasi Analysis Multivariate Dengan Program*. Edisi ke 7: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Iramani. (2011). *Modul statistika 2. Buku untuk kalangan internal. Surabaya : STIE Perbanas Surabaya*
- Kotler, Philip, and G, Amstrong. (2008). Principle of marketing ,Prentice Hall, Inc Indeks Jakarta
- Malhotra, Naresh K. (2005). *Riset Pemasaran. (Pendekatan Terapan)*.Terjemahan Soleh Rusyadi M. PT. Indeks Kelompok Gramedia2.Jakarta
- Malhotra, Naresh K. (2009). Riset pemasaran : Pendekatan Terapan, PT Indeks Jakarta
- Muhammad, S. R. (2012). *Service Quality, Corporate image and customer satisfaction towards customer's perception*.
- Mohammad, M. A. & Noorjahan, P. (2009). *Impact of service quality, trust and customer satisfaction on customer loyalty*.
- Phusavat, K. & Kanchana, K. (2008). Competitive priorities for service providers: perspectives from Thailand. *Industrial Management & Data Systems*, 108(1), 5-21.
- Rahmat Madjid, Djumilah Hadiwidjojo, Surachman, dan Djumahir, 2013."The role of costumer Trust as mediator for the relation". between customer satisfaction abd loyalty at bank Rakyat Indonesia (BRI) Kendari Souheat Sulawesi "*International Journal of business and management invention*. 2 (April) .Pp 53-64

Simamora, Bilson, *Analisis Multivariate Pemasaran*, Gramedia Pustaka, Utama, (2005). ISBN 979-22-1769.

Tjiptono, Fandy, (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran, Edisi 1*, Yogyakarta, Andi.