

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan maka peneliti dapat menyimpulkan jawaban dari rumusan masalah yang telah disusun dan melakukan pembuktian atas hipotesis penelitian.

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya peningkatan pada Kualitas Layanan akan menyebabkan peningkatan yang signifikan pada nilai Kepuasan Konsumen.
2. Pengalaman Konsumen berpengaruh negatif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sehingga tidak sesuai hipotesis penelitian. Artinya hipotesis penelitian tidak terbukti karena peningkatan pada Pengalaman Konsumen sebaliknya justru menyebabkan penurunan yang signifikan pada nilai Kepuasan Konsumen.
3. Kualitas Layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Artinya peningkatan pada Kualitas Layanan tidak mampu mendorong peningkatan yang signifikan pada Kepuasan Konsumen.
4. Pengalaman Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Artinya peningkatan pada Pengalaman Konsumen akan menyebabkan peningkatan yang signifikan pada nilai Kepercayaan Konsumen.

5. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Artinya peningkatan pada Kepuasan Konsumen akan menyebabkan peningkatan yang signifikan pada nilai Kepercayaan Konsumen.
6. Kepuasan Konsumen tidak memiliki peran mediasi pada hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepercayaan Konsumen. Artinya, pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Konsumen sudah baik tanpa perlu melibatkan Kepuasan Konsumen sebagai variabel pemediasi.
7. Kepuasan Konsumen memiliki peran mediasi secara parsial pada hubungan antara Pengalaman Konsumen dengan Kepercayaan Konsumen. Artinya, pengaruh Pengalaman Konsumen akan bertambah baik dalam mempengaruhi Kepercayaan Konsumen bilamana melibatkan Kepuasan Konsumen.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, diantaranya yaitu penyebaran kuesioner terbatas waktu yang hanya tiga hari sehingga peneliti kesulitan menemukan karakteristik responden yang lebih bervariasi.

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran bagi pihak-pihak yang terkait, sebagai berikut:

1. Kepada J&T Express

- a. Kualitas layanan J&T Express saat ini mampu mendorong kepuasan. Hal tersebut perlu dipertahankan dan bahkan ditingkatkan di kemudian hari. Misalnya, agar konsumen di e-commerce mampu merasakan kualitas layanan J&T Express, maka perusahaan dapat menambahkan fasilitas aplikasi J&T Express dengan fitur pelacakan berbasis grafis. Hal ini menyebabkan konsumen bisa segera mengetahui setiap proses yang terjadi pada barang yang dikirimnya serta mengetahui dengan cepat bilamana terdapat suatu kendala pada proses tersebut. Hal ini tentu saja memberi tambahan kepada kualitas layanan berupa keberwujudan, kehandalan, dan ketanggapan sehingga konsumen akan lebih merasa puas.
- b. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Pengalaman Konsumen memberi pengaruh negatif terhadap Kepuasan Konsumen. Disarankan agar pengelola J&T Express menjaga dan memperhatikan tentang Pengalaman Konsumen pada layanannya yang selama ini mayoritas dilakukan melalui e-commerce. Konsumen perlu didorong untuk mengalami kesan baik selama menggunakan layanan J&T Express sehingga Kepuasan Konsumen dapat ditingkatkan.
- c. Penelitian memperlihatkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Disarankan kepada J&T Express untuk mampu meyakinkan konsumen tentang proses operasional dari J&T Express. J&T Express sebaiknya tidak menyerahkan proses pelayanan semata-mata di aplikasi e-commerce terkait, melainkan juga J&T Express harus menciptakan mekanisme baru sebagaimana yang telah disarankan

sebelumnya. J&T Express dapat menciptakan aplikasi khusus bagi para konsumennya agar mengetahui proses demi proses yang terjadi pada barang yang dikirimnya maupun bilamana terjadi suatu kendala di proses tersebut.

d. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Pengalaman Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Disarankan kepada J&T Express agar Pengalaman Konsumen ini dipertahankan atau ditingkatkan lebih jauh di masa mendatang. Misalnya, J&T Express dapat membuat strategi pemasaran dimana konsumen diberikan kemudahan menghubungi customer service J&T Express sehingga setiap kebutuhan khusus dari konsumen dapat dilayani dengan cepat dan mudah.

e. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Disarankan kepada perusahaan J&T Express agar Kepuasan Konsumen dipertahankan dan bahkan ditingkatkan lagi di kemudian hari. Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dengan cara memenuhi semua harapan konsumen dan dikondisikan dapat terjadi berulang kali sehingga muncul Kepercayaan Konsumen yang lebih tinggi lagi.

2. Kepada peneliti lain

Peneliti lain yang hendak mengadakan penelitian menyerupai penelitian ini agar mengumpulkan data lebih luas kepada segmen konsumen yang lebih beragam. Diharapkan, nantinya usia, penghasilan maupun pendidikan dapat dijadikan faktor yang memoderasi pengaruh-pengaruh variabel yang telah ada.

DAFTAR RUJUKAN

- Alzola, Lucía Melián; Santana, Josefa D. Martín. 2019. "Service quality in blood kuririon: satisfaction, trust and loyalty". *Service Business*. Springer; Pan-Pacific Business Association, vol. 14 no. 1, pp. 101-129.
- Memon, Mumtaz Ali; Ting, Hiram; Cheah, Jun-Hwa; Thurasamy, Ramayah; Chuah, Francis; and Cham, Tat Huei. 2020. "Sample Size For Survey Research: Review And Recommendations". *Journal of Applied Structural Equation Modeling*. Vol. 4 No. 2
- Grewal, Dhruv. And Levy, Michael. 2018. *Marketing*, 6th Edition. New York, New York : McGraw-Hill Education.
- Imam Ghozali dan Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Anas; Wijaya, Tony; Ishak, Asmai; and Catyanadika, Putra Endi. 2021. "Consumer Trust as the Antecedent of Online Consumer Purchase Decision". *Information*. Volume 12. No. 145. pp. 1-10.
- Jain, Rajnish; Aagja, Jayesh; Bagdare, shilpa. 2017. "Customer experience – a review and research agenda", *Journal of Service Theory and Practice*, Vol. 27 Issue: 3, pp.642-662
- Junaedi, Achmad Tavip; Wijaya, Evelyn; and Manullang, Megawati. 2020. "Building Consumer Satisfaction To Improve Consumer Trust Through Service Quality And Consumer Experience In JNE Pekanbaru". *Journal of Applied Management (JAM)*. Volume 18. Number 3. pp. 504-510
- Keni Keni dan Kavira Kamate Sandra. 2021. "Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 5, No. 1, hal. 191-204
- Pramita, Putu Eny Guna. 2019. "Effect Of Experience In Building Satisfaction, Trust And Loyalty". *Journal Of Applied Management*. Vol. 17 No. 1. pp. 76-86
- Priyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Revisi. Sidoarjo: Zifatama Publishing

Solimun, Adji Achmad Rinaldo Fernandez, dan Nurjannah. 2017. *Metode Statistika Multivariat: Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Cetakan Kedua. Malang. UB Press.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suib, F. H., Maulan, S., & Suki, A. A. 2021. “A Conceptual Framework for Customer Experience Towards COVID-19 Preventive Measures of Malaysian Retailers”. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 11 Issue 6, pp. 1279–1292

<http://sindoshipping.com/2020/08/27/memahami-lebih-dalam-perusahaan-jasa-pengiriman/>

<https://bekaci.suara.com/read/2021/08/25/105154/daftar-11-jasa-pengiriman-terbaik-di-indonesia-mana-yang-paling-cepat-dan-aman?page=all>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

<https://ekbis.harianjogja.com/read/2021/02/07/502/1063020/hasil-survei-seperti-ini-tren-jasa-kurir-pilihan-konsumen-selama-pandemi>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190619/98/935662/baru-4-tahun-berdiri-jt-express-diam-diam-sudah-rambah-5-negara>

<https://tekno.kompas.com/read/2021/04/15/14520067/j-t-express-jadi-unicorn-baru-indonesia-valorasinya-rp-113-5-triliun?page=all>