

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan menggunakan regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan (X_1), kepuasan (X_2), dan kepercayaan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu loyalitas pelanggan.
2. Dalam menguji secara parsial menggunakan uji t menunjukkan bahwa:
 - a. Secara parsial bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto.
 - b. Secara parsial bahwa kepuasan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto.
 - c. Secara parsial bahwa kepercayaan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto.
 - d. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t tersebut, maka variabel yang paling dominan adalah variabel Kepuasan (X_2).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan, maka dapat dikembangkan beberapa saran bagi perusahaan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Hendaknya perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, agar mengurangi keluhan-keluhan untuk perusahaan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

2. Kepuasan

Kepuasan pelanggan tidak hanya tercipta karena kualitas pelayanan yang baik saja, namun juga tercipta dari lokasi dan fasilitas-fasilitas yang disediakan, maka hendaknya JNE Kantor Cabang Mojokerto memperluas tempat pelayanan, memperbaiki dan menambah fasilitas yang ada agar pelanggan semakin nyaman saat melakukan transaksi. Karena semakin tinggi tingkat kepuasan seseorang maka akan semakin percaya dan tercipta kesetiaan atau loyalitas pelanggan.

3. Kepercayaan

JNE Kantor Cabang Mojokerto diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan pada pelanggan dengan memperbaiki pelayanan yang diberikan dan komunikasi antar petugas dengan pelanggan agar tercipta hubungan jangka panjang pelanggan dengan perusahaan, tidak beralih ke merek lain, dan merekomendasikan ke orang lain.

4. Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti factor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, misalnya harga, kenyamanan dan kemudahan, *word of mouth*, dan citra merek. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti loyalitas pelanggan, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap pelanggan, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih detail.