

## **BAB V**

### **SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN**

#### **A. Pengantar**

Pada bab ini berdasarkan hasil analisis data akan disajikan simpulan atas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Selanjutnya, berdasarkan hasil penarikan kesimpulan penelitian akan diajukan saran yang terkait permasalahan dalam penelitian. Selain itu dikemukakan pula adanya beberapa keterbatasan penelitian yang dialami sehingga kemudian dapat disempurnakan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

#### **B. Simpulan**

1. Berdasarkan hasil uji Hipotesis 1 (H1) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh secara signifikan dan positif pada loyalitas pelanggan. *E-Service Quality* pada *website* JNE dapat memudahkan pelanggan dalam

pengecekan barang apakah sudah sampai apa belum dan pengecekan ongkir. Ketanggapan *costumer service* kepada konsumen secara maksimal dan sampai pada tujuan yang tepat waktu sehingga paketan barang kiriman sampai dengan aman dan tidak kurang sedikitpun.

2. Berdasarkan hasil uji Hipotesis 2 (H2) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa citra merk tidak berpengaruh secara signifikan dan positif pada loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat persepsi konsumen terhadap citra merek, maka semakin besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis 3 (H3) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. *E-service quality* yang diberikan oleh JNE sangat membantu pelanggan untuk mencari tau apa yang mereka butuhkan menggunakan fasilitas-fasilitas *online*, sehingga

pelanggan tidak sulit lagi mencari informasi yang mereka butuhkan. Maka pelanggan akan merasakan puas.

4. Berdasarkan hasil uji Hipotesis 4 (H4) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap citra merek, maka semakin besar pengaruhnya pada kepuasan pelanggan.
5. Berdasarkan hasil uji Hipotesis 5 (H5) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Rasa senang hati pelanggan atas kepuasan jasa pengiriman JNE akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
6. Berdasarkan hasil uji hipotesis 6 (H6) telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediasi pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa *e-service quality* dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

7. Berdasarkan hasil uji hipotesis 7 (H7) telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai pemediasi pengaruh citra merk terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa citra merk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Hal-hal yang perlu diungkapkan terkait keterbatasan penelitian adalah:

1. Variabel yang digunakan pada penelitian ini terbatas, yaitu *e-service quality*, citra merk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, mestinya bisa dikembangkan variabel lain, seperti *trust*, lokasi dan harga.

2. Responden pada penelitian ini terbatas yaitu pelanggan JNE di Kota Yogyakarta, mestinya masih bisa diperluas misalnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada jasa JNE, mestinya ada jasa lainnya yang diteliti sebagai perbandingan.

#### **D. Saran**

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Hal-hal yang harus diperhatikan oleh peneliti selanjutnya berdasarkan keterbatasan pada penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah variabel misalnya, *trust*, lokasi dan harga.
- b. Responden pada penelitian ini hanya fokus pada pelanggan jasa JNE di Kota Yogyakarta. Penelitian selanjutnya akan lebih baik jika diperluas, misalnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

c. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan juga meneliti merek jasa pengiriman lainnya sebagai pembanding.

## 2. Bagi Perusahaan

JNE lebih meningkatkan *e-service quality* dan memperkuat citra merek perusahaan agar dapat menarik perhatian pelanggan terhadap merek perusahaan JNE dibandingkan pesaing, serta mengikutsertakan karyawan dalam menjaga dan meningkatkan kualitas *e-service quality* dan citra merek agar pelanggan tetap percaya dan loyal menggunakan JNE sebagai perusahaan jasa pengiriman. Sebaiknya JNE mewujudkan fasilitas yang diinginkan oleh pelanggannya sehingga pelanggan akan semakin loyal dan calon pelanggan jasa JNE juga percaya bahwa kinerja JNE sesuai dengan reputasi baik yang diemban perusahaan saat ini.