

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga tingkat kepercayaan pelanggan terhadap suatu layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga semakin baik pelanggan memperoleh pelayanan yang berkualitas maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hal ini menunjukkan loyalitas pelanggan tidak terbentuk hanya berdasarkan kepercayaan akan suatu merek.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hal ini berarti pelayanan berkualitas yang diterima pelanggan setelah menggunakan layanan membuat pelanggan mempunyai keinginan untuk menggunakan kembali untuk menjadi loyal.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hal tersebut berarti bahwa

kepuasan konsumen sebagai faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk loyal terhadap suatu merek.

6. Variabel kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, sehingga semakin tinggi kepercayaan pelanggan akan suatu layanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan berpengaruh meningkatkan loyalitas pelanggan.
7. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, sehingga semakin baik layanan yang diterima oleh pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5.2. Keterbatasan

1. Adanya keterbatasan penelitian dalam pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner yaitu jawaban responden yang kadang tidak menggambarkan jawaban yang sesungguhnya karena perbedaan karakteristik responden.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dalam penelitian ini hanya terdiri dari 3 variabel yaitu kepercayaan, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Sedangkan masih banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas di luar 3 variabel tersebut. Seperti *brand equity*, *perceived value* dan *word of mouth*.

5.3. Implikasi

5.3.1. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sehingga implikasi praktis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peningkatan kepercayaan dengan lebih mempermudah layanan *tracking* paket agar dapat diakses dan dipahami oleh semua pelanggan, sehingga pelanggan akan memperoleh kepuasan pelanggan yang lebih terhadap J&T Express.
2. J&T Express juga harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dengan pelayanan berbasis web agar pelanggan memperoleh kemudahan dalam menggunakan jasa, pelanggan akan lebih puas terhadap layanan J&T Express.
3. Kepercayaan pelanggan juga harus ditingkatkan penyedia jasa pengiriman J&T Express, hal tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan keyakinan pelanggan melalui cara memilih kurir yang sudah dikenal oleh pelanggan agar pelanggan menjadi loyal dan terus menggunakan layanan J&T Express.
4. Kualitas pelayanan J&T Express juga harus lebih ditingkatkan dengan lebih tanggap terhadap keluhan-keluhan pelanggan dengan cara memberikan nomor *contact person* yang *fast*

response menanggapi keluhan pelanggan mengenai layanan J&T Express untuk membuat pelanggan menjadi loyal.

5. Kepuasan pelanggan juga harus ditingkatkan oleh penyedia jasa pengiriman J&T Express, hal tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan waktu yang lebih fleksibel dalam mengirimkan paket agar tidak mengganggu kegiatan pelanggan.
6. Kepuasan pelanggan juga dapat ditingkatkan jika pelanggan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap layanan J&T Express, kurir diharapkan selalu menggunakan tanda pengenal saat mengantar atau menjemput paket agar kepercayaan pelanggan semakin tinggi. Kepuasan yang meningkat akan membuat pelanggan terus menggunakan layanan J&T Express dan menjadi loyal.
7. Kualitas pelayanan yang semakin ditingkatkan seperti kehandalan J&T Express dalam mengirimkan paket secara tepat waktu akan meningkatkan kepuasan pelanggan, hal tersebut akan membuat pelanggan selalu menggunakan jasa pengiriman atau dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sehingga implikasi teoritis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2019). Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, produk dengan integritas yang baik akan membuat pelanggan memberikan rasa percaya yang tinggi terhadap produk. Kepercayaan pelanggan tersebut membuat pelanggan selalu menggunakan dan menjadi pilihan utama, sehingga semakin produk dipercaya akan membuat pelanggan merasa puas karena memperoleh manfaat produk sesuai.
2. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) Kualitas pelayanan yang semakin baik maka kepuasan pelanggan juga meningkat, hasil tersebut sejalan dengan hasil yang diperoleh pada penelitian ini.. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan. Secara umum pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fasochah dan Harnoto (2017). Hal ini dikarenakan pelanggan dalam menggunakan layanan hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan sehingga tidak

membuat individu memperoleh kepercayaan akibat menggunakan satu produk. Sehingga pelanggan yang menggunakan layanan tidak memperdulikan mengenai pilihan terhadap suatu produk sebagai penilaian terbatas pada manfaat yang diterima dan untuk menjadi pelanggan yang loyal.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Larasati dan Suryoko (2020).

Loyalitas seseorang dapat dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan dari perusahaan, sebuah layanan yang diberikan kepada pelanggan dan melebihi ekspektasi pelanggannya. Pelanggan cenderung untuk melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan kepada orang lain setelah memperoleh pelayanan yang berkualitas.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Larasati dan Suryoko (2020) bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Rasa puas bisa menstimulasi sikap loyal pada seseorang pelanggan, hal ini disebabkan oleh situasi pelanggan yang telah menemukan kesesuaian antara harapan pada sebuah produk dengan yang diperolehnya dari penyedia

produk maupun jasa, sehingga tidak menutup kemungkinan dapat memberikan dampak pembelian ulang terhadap produk yang disukai bahkan merekomendasikan kepada orang lain.

6. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuniarta, dkk (2019) sesuai dengan hasil pada penelitian ini bahwa pelanggan untuk menjadi loyal akan merasa puas terlebih dahulu terhadap suatu produk berdasarkan penilaian atas kinerja produk tersebut. Keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain, dan bukan apa yang ia takutkan. Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan, pentingnya kepuasan pelanggan adalah hal yang berkaitan erat dengan kelangsungan perusahaan dan untuk pertumbuhan yang kuat di masa depan.
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fortuna, dkk (2020). Pelanggan yang puas pasti akan memberikan timbal balik bagi perusahaan yaitu dengan melakukan pembelian berulang-ulang karena layanan yang diberikan oleh perusahaan yang sangat di butuhkan oleh para pelanggan yang membutuhkan tingkat kepraktisan dan kecepatan dalam melakukan layanan dan pembelian produk atau jasa