

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

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

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

bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dibentuk berdasarkan kepercayaan akan suatu merek.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa kepuasan pelanggan sebagai faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk loyal terhadap suatu merek.
6. 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.
7. Variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, semakin tinggi pelanggan percaya terhadap suatu layanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan juga meningkat.

5.2. Keterbatasan

1. Adanya keterbatasan penelitian dalam pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yaitu jawaban responden yang kadang tidak menggambarkan jawaban yang sesungguhnya karena perbedaan karakteristik responden.
2. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam penelitian ini hanya terdiri dari 3 variabel yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan faktor yang

dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di luar 3 variabel masih banyak seperti citra perusahaan, *perceived value*, dan *word of mouth*.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

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

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan data kuesioner yang telah disebar terdapat skor terendah pada indikator bukti fisik (*tangible*) mengenai karyawan (kurir) J&T Express berpenampilan rapi. Masalah tersebut dapat diatasi dengan kurir harus memperhatikan penampilannya supaya terlihat rapi dan bersih saat melayani pelanggan. Penampilan kurir yang bersih dan rapi sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan yang meningkat akan membuat pelanggan terus menggunakan layanan J&T Express dan menjadi loyal.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan akan tetapi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan data kuesioner yang telah disebar terdapat skor terendah pada indikator kesungguhan mengenai J&T Express memberikan perhatian kepada

pelanggan dalam memberikan pelayanan terbaik. Hal ini dapat diartikan bahwa J&T Express Drop Point Kebumen belum maksimal dalam memberikan perhatian kepada pelanggan terkait pelayanan terbaik. J&T Express perlu memberikan perhatian lebih kepada pelanggan dengan cara menambahkan nama kurir dan nomer handphone kurir yang mengantar paket agar memudahkan pelanggan dalam menanyakan paketnya. Hal tersebut akan membuat pelanggan merasa puas dan menjadi loyal terhadap J&T Express.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. J&T Express Drop Point Kebumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Pada saat pelanggan mendapatkan pelayanan yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas dan akan menggunakan ulang jasa pengiriman pada perusahaan tersebut atau bahkan merekomendasikan kepada orang lain.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terbukti mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa pengaruh

kualitas pelayanan dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan yang kemudian dapat meningkatkan loyalitas pelanggan J&T Express Drop Point Kebumen. Kualitas pelayanan yang semakin ditingkatkan seperti kehandalan, J&T Express dalam meningkatkan 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. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terbukti mampu memediasi hubungan antara kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti pengaruh kepercayaan pelanggan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan yang kemudian dapat meningkatkan loyalitas pelanggan J&T Express Drop Point Kebumen. Kurir diharapkan selalu menggunakan tanda pengenal saat mengantarkan atau menjemput paket agar kepercayaan pelanggan meningkat. Kepuasan yang meningkat akan membuat pelanggan terus menggunakan layanan J&T Express dan menjadi loyal.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel

intervening. Sehingga implikasi teoritis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Lumempow dkk. (2023) apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan memenuhi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan dapat membuat pelanggan merasa puas. Perusahaan akan mengupayakan pemenuhan harapan pelanggan agar terus menggunakan jasanya. Hal tersebut bahwa pelanggan memiliki kepuasan terhadap produk yang ditawarkan. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Ningrum dan Dwiridotjahjono (2021) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam ilmu manajemen pemasaran dengan adanya penemuan yang memperkuat adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti penelitian

menemukan bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diterima maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepercayaan pelanggan ditentukan oleh sejumlah faktor antar individu dan organisasi, seperti kompetensi, integritas dan kejujuran. Produk dengan integritas yang baik akan membuat pelanggan memberikan rasa percaya yang tinggi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Kepercayaan pelanggan tersebut membuat produk atau jasa yang ditawarkan selalu digunakan dan menjadi pilihan utama, sehingga semakin produk dipercaya akan membuat pelanggan merasa puas karena memperoleh manfaat dari produk atau jasa sesuai dengan apa yang diharapkan. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Christina Dewi W dkk. (2023) yang menyatakan kepercayaan pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam ilmu manajemen pemasaran dengan adanya penemuan yang memperkuat adanya pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan maka loyalitas pelanggan juga meningkat. Seorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut

menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu Griffin (2015). Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurdiansyah dkk. (2024) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam ilmu manajemen pemasaran dengan adanya penemuan yang memperkuat adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa kepercayaan pelanggan tidak serta dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman ini hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan sehingga tidak membuat seorang individu memperoleh kepercayaan akibat menggunakan satu produk. Sehingga pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman tidak memperdulikan mengenai pilihan terhadap suatu produk sebagai penilaian terbatas pada manfaat yang diterima dan untuk menjadi pelanggan yang loyal. Hal ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Hidayat Arrosadi dan Marlina Verawati (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Oleh sebab

itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam ilmu manajemen, dengan adanya penemuan dalam penelitian ini dimana kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016) apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk atau jasa yang diterima kemungkinan besar akan membeli produk tersebut dan menggunakan jasa tersebut kembali ketika muncul kebutuhan yang sama dikemudian hari. Hal ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayat Arrosadi dan Marlina Verawati (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam ilmu manajemen, dengan adanya penemuan dalam penelitian ini dimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan kepuasan pelanggan terbukti mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap

loyalitas pelanggan. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang kemudian dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Larasati dan Suryoko (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas pasti akan memberikan timbal balik bagi perusahaan yaitu dengan melakukan pembelian berulang-ulang karena layanan yang diberikan oleh perusahaan yang sangat dibutuhkan oleh para pelanggan yang membutuhkan tingkat keefektifan dan keefisien dalam melakukan layanan dan pembelian produk atau jasa. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam ilmu manajemen pemasaran, dimana kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

7. Hasil penelitian ini menunjukkan kepuasan pelanggan terbukti mampu memediasi hubungan antara kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa pengaruh kepercayaan pelanggan dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, yang kemudian dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Christina Dewi W dkk. (2023) yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh

terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam ilmu manajemen pemasaran, dimana kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

