

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner mengenai kualitas layanan (X1), citra merek (X2), dan kepercayaan konsumen (X3) terhadap keputusan penggunaan (X2) pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan J&T Express. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi konsumen dalam melakukan keputusan penggunaan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan J&T Express di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek tidak mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan penggunaan. Pemilihan citra merek juga mempengaruhi daya ingat konsumen karena berpengaruh pada penjualan. perusahaan J&T Express perlu meningkatkan citra merek agar konsumen melakukan keputusan penggunaan pada J&T Express
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan J&T Express di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan

bahwa kepercayaan konsumen mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan penggunaan. Semakin besar kepercayaan yang dimiliki konsumen, dapat memberikan dampak atau pengaruh yang paling besar terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi J&T Express.

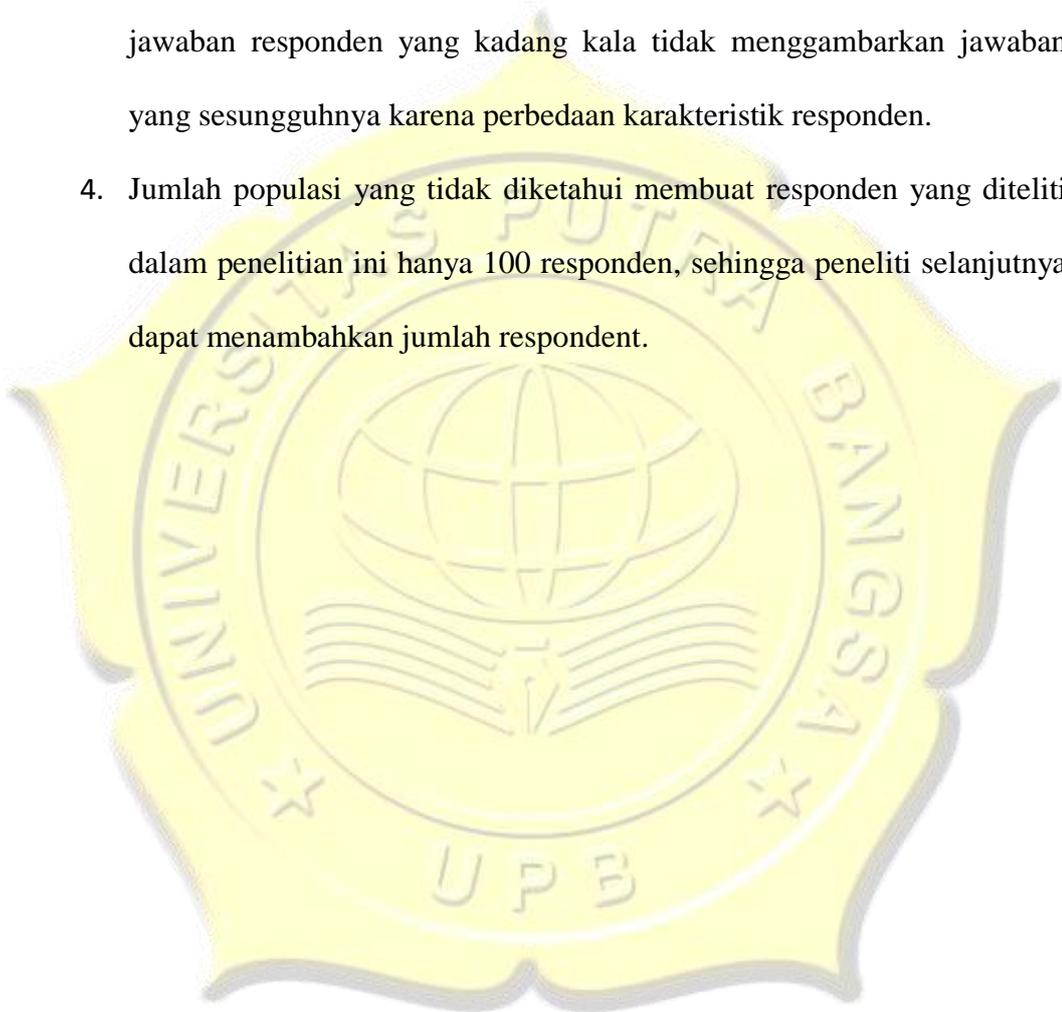
4. Kualitas Layanan, Citra Merek, kepercayaan konsumen secara simultan (bersama – sama) berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. Hal tersebut dapat diketahui dari uji f dengan f_{hitung} sebesar 53.645 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. sehingga terbukti kebenarannya secara simultan dan hipotesis diterima
5. Berdasarkan hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.615. Hal ini berarti 0.615 atau 61.5% dari Keputusan Penggunaan bisa dijelaskan oleh tiga variabel independent yaitu Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen sedangkan sisanya sebesar 38.5% dijelaskan oleh variabel lain yang berada di luar penelitian ini

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan tidak lepas dari keterbatasan, penulis mengharapkan dapat disempurnakan oleh peneliti selanjutnya. Semoga keterbatasan yang disampaikan penulis dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya, adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada pengguna J&T Express di Kabupaten Kebumen, apabila dilakukan pada objek yang berbeda kemungkinan hasil dalam penelitian ini berbeda.

2. Penelitian ini dilakukan pada variabel kualitas layanan, citra merek, kepercayaan konsumen dan keputusan penggunaan. peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan J&T Express
3. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu jawaban responden yang kadang kala tidak menggambarkan jawaban yang sesungguhnya karena perbedaan karakteristik responden.
4. Jumlah populasi yang tidak diketahui membuat responden yang diteliti dalam penelitian ini hanya 100 responden, sehingga peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah respondent.



5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil peneliti yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi pihak -pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain :

1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan J&T Express di Kabupaten Kebumen. Implikasi dari penelitian ini, J&T Express diharapkan mempertahankan kualitas layanan atau bahkan mampu meningkatkan kualitasnya karena kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa.
2. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan J&T Express di Kabupaten Kebumen. oleh karena itu agar dapat menjaga citra mereknya dan dapat bersaing dengan merek perusahaan logistik lainnya J&T Express harus mampu memberikan kesan positif terhadap citra merek yang mereka gunakan agar konsumen tertarik dengan merek tersebut, pihak pengelola perusahaan J&T Exspress harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan jasa pengiriman.
3. Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan J&T Express di Kabupaten Kebumen. Implikasi penelitian ini, J&T Express dapat menjalankan bisnis jasa pengiriman dengan memegang erat kepercayaan konsumen, seperti menjaga amanat serta menjalankan kinerja sesuai dengan

standar prosedur perusahaan. Meningkatkan kualitas layanan memberikan kesan positif kepada konsumen agar kepercayaan konsumen terhadap J&T Express semakin meningkat.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab – bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teori sebagai berikut:

1. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada J&T Express di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Altofu Rohman dan Aglis Andhita H (2017) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa JNE. Hal ini disebabkan pelanggan yang puas dengan kualitas layanan yang diberikan akan merekomendasikan kepelanggan lain sehingga akan meningkatkan jumlah jumlah pelanggan. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi konsumen dalam melakukan pembelian.
2. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pada J&T Express di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh I Made Sukadana & I Ketut Sudarnaya (2021) yang menyatakan bahwa citra merek adanya pengaruh Citra Merek menunjukkan pengaruh

positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Dalam hal ini citra merek menjadi sangat penting bagi pelaku bisnis, oleh karena itu J&T Express perlu meningkatkan citra merek yang lebih maksimal agar konsumen merasa puas dan akan meningkatkan kepercayaan mereka sehingga memutuskan menggunakan ulang jasa pengiriman J&T Express.

3. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan J&T Express di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erghana Kanza Kirana (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa ekspedisi. Kepercayaan konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan menggunakan jasa J&T Express. Semakin tinggi kepercayaan konsumen maka semakin tinggi konsumen dalam memutuskan menggunakan J&T Express.
4. Peneliti selanjutnya disarankan meneliti variabel lain pada penelitian serupa. Kemudian peneliti selanjutnya juga disarankan untuk meneliti dengan menambahkan variabel intervening atau moderasi seperti variabel lain terkait keputusan penggunaan seperti *brand ambassador*, kepuasan konsumen, dan lokasi agar dapat memperkaya kajian dalam penelitian serupa serta agar

pembaca dapat mengetahui variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan pada J&T Express.

