

## BAB V SIMPULAN

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand image*, dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen. Hal ini berarti apabila Kualitas Pelayanan dari TIKI Kebumen dapat dikatakan dalam kategori sangat baik sehingga dapat diterima pada Masyarakat di Kota Kebumen.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya variabel *Brand image* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen. Hal ini berarti apabila *Brand image* dari TIKI Kebumen dapat dikatakan dalam kategori sangat baik sehingga dapat diterima pada Masyarakat di Kota Kebumen.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya variabel Lokasi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen. Hal ini berarti apabila

Lokasi dari TIKI Kebumen dapat dikatakan dalam kategori kurang baik sehingga tidak dapat diterima pada Masyarakat di Kota Kebumen.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, *Brand image*, dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen.

## 5.2. Keterbatasan

Penelitian ini diusahakan semaksimal mungkin dapat memperoleh hasil terbaik, namun pada kenyataannya penulis menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan, *Brand image*, dan Lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen masih jauh dari kata sempurna, hal ini terjadi karena masih adanya kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, diantaranya:

1. Keterbatasan waktu penelitian, tenaga, dan kemampuan peneliti.
2. Penelitian ini terbatas hanya pada responden yang berdomisili di Kabupaten Kebumen.
3. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa yaitu hanya terbatas pada faktor Kualitas Pelayanan, *Brand image*, dan Lokasi. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya variabel lainnya terhadap Keputusan Penggunaan Jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen.

4. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, penyebarannya menggunakan google form secara online yang dimana memakan waktu lama untuk mendapatkan responden yang dibutuhkan.

### **5.3. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pihak - pihak yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

#### **5.3.1. Implikasi Praktis**

Berdasarkan temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi manajemen Buttonsarves yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa adanya variabel variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen. oleh karena itu, perusahaan TIKI untuk selalu memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Kualitas yang dirasakan konsumen terhadap merek tersebut meninggalkan kesan yang baik. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas pelayanan karena peningkatan kualitas pelayanan dapat membuat pelanggan merasa puas dengan jasa

yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut.

2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa adanya variabel *Brand image* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen. oleh karena itu, perusahaan TIKI Kebumen sebaiknya harus dapat mempertahankan dan meningkatkan *Brand image*, karena dengan adanya *Brand image* yang tinggi diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali melakukan
3. pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Perusahaan bisa dengan memanfaatkan media sosial dengan melakukan kampanye iklan di platform media sosial yang relevan.
4. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa adanya variabel Lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa TIKI Kebumen pada Masyarakat di Kota Kebumen. oleh karena itu, perusahaan TIKI Kebumen untuk selalu memperbaiki dan meningkatkan lokasi mereka dengan melakukan perluasan lahan parkir.

### **5.3.2. Implikasi Teoritis**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.
2. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Brand Image mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.
3. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Lokasi tidak pengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.

