

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran kategori persepsi variabel kualitas pelayanan, harga, variabel tingkat kepercayaan, dan variabel kepuasan pelanggan pada JNT EXPRESS *Drop Point* Larantuka tergolong baik, dengan nilai persentase masing-masing sebesar 71,92%, 71,05%, 74,02% dan 76,95%. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini tidak terbukti.
2. Variabel kualitas pelayanan, variabel harga dan variabel tingkat kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNT EXPRESS *Drop Point* Larantuka dan hasil ini menerima hipotesis yang diajukan.
3. Variabel kualitas pelayanan, harga, dan tingkat kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada JNT EXPRESS *Drop Point* Larantuka. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat maka penelitian ini terbukti.
4. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebesar 70,5% di mana variabel kepuasan pelanggan pada JNT EXPRESS *Drop Point* Larantuka, merupakan kontribusi dari tiga variabel bebas yakni variabel kualitas pelayanan, harga, dan tingkat kepercayaan, sedangkan sisanya

yaitu 29,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan data penelitian dan hasil pembahasan, dapat disarankan hal-hal berikut:

1. JNT EXPRESS *Drop Point* Larantuka, diharapkan:
 - a. Meningkatkan pelayanan yang cepat, penyampaian informasi yang jelas terhadap konsumen pada saat konsumen melakukan pengiriman barang atau pada saat konsumen menanyakan keberadaan barang kirimannya, sehingga akan membuat pelanggan semakin merasa puas atas jasa yang diberikan.
 - b. Memperhatikan kebersihan ruangan, menambahkan pengharum dan pendingin ruangan pada kantor JNT dan mewajibkan karyawan JNT untuk menggunakan seragam dan pakaian yang rapih, sehingga konsumen akan merasa aman dan nyaman ketika mendatangi kantor.
2. JNT EXPRESS *Drop Point* Larantuka, diharapkan:
 - a. Menetapkan harga sesuai dengan harga jasa pengiriman lain, sehingga pelanggan akan merasakan kesamaan harga JNT EXPRESS *Drop Point* Larantuka dengan jasa pengiriman lain.
 - b. Memberikan diskon atau potongan harga ke konsumen pada hari raya keagamaan atau pada HUT JNT.
3. JNT EXPRESS *Drop Point* Larantuka, diharapkan untuk memberikan Pelatihan dan pengembangan kompetensi karyawan untuk meningkatkan

keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan mereka dalam melayani keluhan konsumen.

4. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang mencakup lebih banyak variabel agar dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Badan Penerbit Alfabeta : Bandung
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program 21 update PLS Regresi*. Badan Penerbit UNDIP : Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Badan Penerbit UNDIP : Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Statistik Nonparametrik*. Badan Penerbit UNDIP : Semarang.
- Isantoso, Singgih. 2000. *SPSS: Mengelola Data Statistik Secara Profesional Versi 7.5*. Badan Penerbit Elex Media Komputindo : Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Marketing Management*. Edition 13. New Jersey: *Pearson Education*. Bob Sarban (Alih Bahasa) 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. Edition 12. New Jersey: *Prentice-Hall*. Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (Alih Bahasa) 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid I. Penerbit Prenhalindo : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edition 13. New Jersey: *Pearson Education*. Bob Sarban (Alih Bahasa) 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Levis, Leta, Rafael. (2013). *Metode Penelitian Perilaku Petani*. Yogyakarta: Ledalero.
- Machfoedz, Mahmud. 2011. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu : Yogyakarta
- Mowen, Jhon dan Minor, Michael. 2002. *Consumer Behavior*. New York: *Pearson Education*. Lina Salim (Alih Bahasa) 2005. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Badan Penerbit Linda Karya: Bandung.

- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Manajemen. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2007. Statistik Untuk Penelitian. Badan Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis cetakan ketujuh. Badan Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 1999. Statistik Non Parametris Untuk Penelitian. Badan Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2016. Metodologi Penelitian Akuntansi. Badan penerbit PT. Refika Aditama Anggota Ikapi. Bandung.
- Susanto, Agus. dan Sugiyono. 2015. Cara mudah belajar SPSS dan Lisrel : Teori dan aplikasi untuk analisis data penelitian. Badan Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Cetakan I, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty. Tjiptono, Fandi. 2001. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*. Badan Penerbit CV. Andi Offset Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Badan Penerbit CV. Andi Offset Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Strategik. Edisi kedua. Badan Penerbit CV. Andi Offset Yogyakarta.

Skripsi, Jurnal, Tesis :

- Bulan, Tengku. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan. 5.2 (2016)
- Chulaifi, Muhammad In'Amul Chulaifi. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umroh Dan Haji Pada PT. SEBARIZ WARNA BERKAH Di Surabaya Periode 2017–2018. Diss. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, (2018).

- Dewi, Septiana. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia (Persero). *Journal of Economic and Management*. 8.1 (2019).
- Fiazisyah, Annisa, and Niken Purwidiani. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Tata Boga* 7.2 (2018).
- Kasinem, Kasinem. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17.4 (2020): 329-339.
- Khoirulloh, Andi Tri Haryono, Heru Sri Wulan. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal of Management*, (ISSN) 2502-7689, 4.4 (2018).
- Koentjoro, Eunice dan Subagio, Hartono. Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Di *Coffe Bean Galaxymall* Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 1.2 (2013)
- Kristanto, Jessica. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe One Eighteenth Coffee*. *Jurnal Agora*. 6.1 (2018)
- Lestari, Febria. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosio e-kons*. ISSN 2502-5449. 10.2. (2018)
- Meida, Miguna Astuti, Heni Nastiti. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce Sociolla* Di Era *Pandemic Covid-19*. [jurnal Ikraith-Ekonomika](#), 2.5 (2022)
- Montung, Pamela. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 15.5 (2015).
- Nafisa, Choirul. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya).
- Noeraini, Irma Ayu, dan Sugiyono Sugiyono. Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 5.5 (2016).
- Ovidani, Zunta. dan Hidajat, Wahyu. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Dafam Semarang. *Jurna Universitas Diponegoro*. 21/adbis/2020

- Pitoy, Chinvia. Dkk. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. *Jurnal Productivity*. (ISSN) 2723-0112, 2.1 (2021)
- Prakoso, Arvan Ali. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas. BS thesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017.
- Ratih, Kepuasan Konsumen: Pengertian, Teori, Faktor dan Indikator. 2020. <https://tambahpinter.com/kepuasan-konsumen-revisi/>
- Rizal Nasrullah, Achmad. Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) Cabang Jember Jl. Gajah Mada Nomer 236. Diss. Universitas Muhammadiyah Jember, 2019.
- Siadri, Coki. Kumpulan Pengertian. Kumpulan Pengertian Menurut Para Ahli. Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli. 2019. <https://www.kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html?m=1>
- Sondakh, Conny. Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. 3.0 (2015)
- Subianto, Totok. Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurna Ekonomi Modernisasi* 3.3 (2007)
- Sudaryana, Yayan. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review* 4.1 (2020): 447-455.
- Wicaksono, Aditya Putra, and Khuzaini Khuzaini. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 9.4 (2020).