

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung kepercayaan bernilai positif (+) sebesar 3.580. Hasil statistik uji t untuk variabel kepercayaan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.001 yang berada di bawah 0.05 (tingkat $\alpha=5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif pertama yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif (+) terhadap loyalitas pelanggan, diterima.
2. Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung tingkat harga yang bernilai negatif (-) sebesar -2.293. Hasil uji t variabel harga diperoleh nilai signifikan sebesar 0.024 yang berada di atas 0.05 (tingkat signifikan $\alpha=5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif kedua yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif (+) terhadap loyalitas pelanggan diterima.
3. Keandalan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung keandalan bernilai positif (+) sebesar 3.082. Hasil statistik uji t untuk variabel keandalan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.003 yang berada di bawah 0.05 (tingkat signifikansi $\alpha=5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis

alternatif ketiga yang menyatakan bahwa kehandalan berpengaruh positif (+) terhadap loyalitas pelanggan, diterima.

4. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lokasi bernilai positif (+) sebesar 7.961. Hasil statistik uji t untuk variabel lokasi diperoleh dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang berada di bawah 0.05 (tingkat signifikansi $\alpha=5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif keempat yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif (+) terhadap loyalitas pelanggan.
5. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 45,9% konsumen melakukan pengiriman barang pada PT Mondira Kargo Kupang yang merupakan kontribusi dari 4 (empat) variabel bebas, yaitu kepercayaan, harga, kehandalan dan lokasi, sedangkan sisanya 54,1% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan, yaitu :

1. Perusahaan dan para konsumen harus meningkatkan kepercayaan dengan cara perusahaan membuktikan pengiriman barang konsumen aman, cepat, terpercaya, agar konsumen lebih percaya akan pengirimannya, sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi.
2. Untuk meningkatkan pelanggan PT Mondira Kargo, faktor harga perlu Dioptimalkan agar faktor tersebut dapat mendorong konsumen untuk

melakukan pengiriman barang. Harga yang ditawarkan di PT Mondira Kargo semakin terjangkau akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pengiriman.

DAFTAR PUSTAKA

- Artantie, 2010. **Pengaruh Komunikasi, Kepercayaan, Komitmen dan Penyelesaian Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah.**
Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binus Universitas Brawijaya.
<https://www.google.com/penelitian+terdahulu+artantie+2010+yang+berjudul+pengaruh+komunikasi%2C+kepercayaan%2C+komitmen+dan+penyelesaian+masalah+terhadap+loyalitas+nasabah>.
- Barnes. G. James, 2001. *Secret Relationship Management of Costumer Relationship Management*. Andreas Winardi (Penerjemah), 2003. *Rahasia Management Hubungan Pelanggan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Dharmayanti, 2006, *Analisis Dampak Servie Performance dan Kepuasan sebagai Moderating Variabel terhadap Loyalitas*. Faculty of Economic, Petra Christian University.
- Eva Afriani, 2001. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.**
Thesis. Jurnal Manajemen FE Universitas Bina Nusantara.
www.thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2001-2-00/20-MN%20Bab2001.pdf
- Ferdinand, Augusty. 2014. **Metode Penelitian Manajemen**, Edisi kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Groth, Mornat, 2008. **Pengaruh Kehandaalan Terhadap Loyalitas.**
Thesis. Jurnal Manajemen FE Universitas Bina Nusantara.
[www.thesis.binus.ac.id/doc.Bab 2/2008-2-00/MN%20Bab2008.pdf](http://www.thesis.binus.ac.id/doc.Bab%202/2008-2-00/MN%20Bab2008.pdf)
- Hasan, Ali. (2008). *Marketing*. Media Pressondo. Yogyakarta
- Nahrawi, Siti Annisa, 2013.
<http://sitiannisanahrawi.blogspot.co.id/2013/11/kepercayaan.html>
- Kurniasih, 2012. **Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan**
Jurnal. Jurusan Manajemen FE Universitas Muhammadiyah Magelang.
<https://www.google.com/daftar+pustaka+jurnal+kurniasih+2012+judul+pengaruh+harga+dan+kualitas+pelayanan+terhadap+loyalitas+pelanggan+melaui+variabel+kepuasan>.
- Kotler, Philip, 2004. **Marketing Management**, Prentice Hall: New Jersey, Ancellawati (Penerjemah), 2005. **Manajemen Pemasaran**, Penerbit Prehallindo: Jakarta.

- Kotler Philip *and* Amstrong, Gary. 2001. **Management Principles**. New Jersey. Prentice Hall. Asshidqi (Penerjemah), 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip *and* Keller. 2009. *Marketing Management, 13th Edition*. Person Education, Inc. Benjamin Molan (Penerjemah), 2012. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ketiga belas, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Moorman, C. R. Desphande dan G. Zaltman. 2003. *Factors Affecting Trust in Market Research Relationship*. *Journal of Marketing*. 51 (January). 81-101.
- Peter, J. Paul *and* Jerry C Olson. 2000. *Consumer Behavior*. Damos Sihombing (Penerjemah), 2005. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid 1. Edisi Keempat. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Peppers, D. *And* Rogers. M. 2007. *Customer Relationship Management*. *Journal of Management Marketing* 20-42.
- Riduwan. 2004. **Belajar Mudah Penelitian**. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Santi Murtijaya, 2010. **Pengaruh Penetapan harga Terhadap Minat Beli Konsumen Aneke Salon**. Thesis. Jurusan Magister Manajemen FE Universitas Bina Nusantara. www.thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2010-2-00373.MN%20Bab%202.pdf
- Sriyadi. 1991. *Bisnis Pengantar Ilmu Perusahaan Modern*. Semarang: IKIP Press.
- Sugiono, 2007. *Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit ALFABETA. Bandung.
- Sugiyono. 2007. **Statistika untuk Penelitian**. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Swasta Basu, 2008, *Management Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy. (2014) *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Uma Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi keempat. Jakarta: Penerbit Salemba 4.
- Veronika Nadia Adriyani, 2007. **Pengaruh Relationship Value, Kepercayaan, Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Otomotif Di Jawa Barat**. Thesis. Jurusan Magister Manajemen FE Universitas Hasanuddin Makasar.