

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen diperoleh nilai rata-rata 382,7, artinya puas dengan pelayanan yang diberikan JNE Kota Jambi. Loyalitas konsumen diperoleh nilai rata-rata 372,63, artinya konsumen loyal pada JNE Kota Jambi.
2. Berdasarkan uji hipotesis t dapat diketahui t_{hitung} 4,940 lebih besar dari t_{tabel} 1,98447, maka H_0 ditolak H_1 diterima artinya Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada JNE Kota Jambi. Koefisien determinasi (R^2) = 0,393 (39,3%) yang artinya Kepuasan Konsumen mampu menjelaskan Loyalitas Konsumen (Y) pada JNE Kota Jambi yaitu sebesar 39,3% dan sisanya 60,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Adapun berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan skor terendah pada kepuasan konsumen yaitu pada indikator keramahan staff dan layanan yang berkaitan dengan *customer service* kurang cepat tanggap dalam merespon keluhan *customer* JNE Kota Jambi. Maka dari itu disarankan bagi perusahaan untuk lebih mengontrol kinerja karyawannya serta melatih karyawannya agar ramah berkomunikasi dan

cepat tanggap terhadap konsumen JNE Kota Jambi. Berdasarkan skor terendah pada loyalitas konsumen yaitu pada indikator *word of mouth* yang berkaitan dengan tidak menceritakan kebaikan layanan jasa ekspedisi pengiriman barang JNE Kota Jambi kepada orang lain. Maka dari itu perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan dari JNE Kota Jambi kepada konsumen. Sehingga konsumen puas, percaya, loyal dan menceritakan kebaikan jasa layanan pengiriman barang JNE Kota Jambi kepada orang lain.

2. Bagi peneliti, penelitian ini dijadikan sebagai inspirasi dalam melakukan suatu kegiatan yang berguna di bidang pendidikan. Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini bukanlah hasil penelitian yang sempurna. Jadi perlu adanya peningkatan bagi peneliti selanjutnya agar memperoleh hasil penelitian yang lebih sempurna, terutama mengenai kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
3. Bagi peneliti lain, saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebesar 39,3% dan sisanya sebesar 60,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Maka dari itu disarankan kepada peneliti lain, untuk meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen diantaranya, ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan, pengalaman dengan perusahaan, perhatian, perlindungan dan kepuasan akumulatif.