

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 7,040 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,409.

b. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal

ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,001 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,479.

a. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,873 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,282.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

a. Bagi Jasa Pengiriman JNE Cabang 30 Yogyakarta Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penilaian pelanggan pengguna jasa pengiriman JNE Cabang 30 Yogyakarta pada variabel Loyalitas

pelanggan mendapatkan skor terendah (2411). Oleh karena itu, JNE Cabang 30 Yogyakarta disarankan untuk mengarahkan para staf dan karyawan agar dapat memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi kepada para pelanggan dengan

berupaya memahami keinginan pelanggan dan tidak memberikan pelanggan menunggu lama. Selain itu, para pegawai diharapkan mampu memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan pengiriman paket. Langkah langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kepuasan pelanggan di masa mendatang. Dan memberikan arahan terhadap para pelanggan supaya konsumen tetap memakai jasa pengiriman terhadap pelanggan JNE.

b. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, misalnya faktor *Harga*, citra merek, dan kualitas produk. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti loyalitas konsumen, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap pelanggan, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.