

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa pengujian secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa semua variabel yaitu Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Variabel Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya Loyalitas Konsumen. Sedangkan hasil analisis yang dapat disimpulkan dari uji secara parsial adalah sebagai berikut :

1. Kinerja Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya Keputusan Loyalitas Konsumen. Nilai signifikan 0,000 lebih kecil sama dengan $\leq 0,05$ ($\alpha = \text{alpha}$) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Cabang Jepara). Hasil uji parsial memiliki nilai t_{hitung} (11,497) lebih besar sama dengan $\geq t_{\text{tabel}}$ (1,98552) maka H_{a1} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kinerja Layanan berpengaruh signifikan dan berkolerasi positif. Pengaruh positif kinerja layanan sedikit mendukung dalam hal Service, yakni aspek yang berkaitan dengan ketanggapan perusahaan terhadap kebutuhan atau keinginan pelanggan, kepercayaan atas janji yang diberikan, kehandalan dan keprofesionalitas sehingga loyalitas konsumen meningkat dalam menggunakan jasa ESL Express Jepara.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya Keputusan Loyalitas Konsumen. Nilai signifikan 0,038 kurang dari $< 0,05$ (α

= α) menunjukkan Kepercayaan ada pengaruh signifikan dan berkolerasi positif terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Jepara). Hasil uji parsial memiliki nilai t_{hitung} (2,107) lebih dari $> t_{tabel}$ (1,98552) maka H_{a2} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan dan berkolerasi positif. Pengaruh positif Kepercayaan didukung dalam hal rasa percaya perusahaan memenuhi janjinya dan rasa percaya bahwa jasa yang ditawarkan aman atau tidak beresiko sehingga loyalitas konsumen meningkat dalam menggunakan jasa ESL Express Jepara.

3. Komitmen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap terjadinya Keputusan Loyalitas Konsumen. Nilai signifikan 0,885 lebih besar dari $> 0,05$ ($\alpha = \textit{alpha}$) menunjukkan Komitmen berpengaruh tidak signifikan dan berkolerasi positif terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Jepara). Hasil uji parsial memiliki nilai t_{hitung} (0,145) kurang dari $< t_{tabel}$ (1,98552) maka H_{a3} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa komitmen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pengaruh positif komitmen didukung dalam hal perusahaan menawarkan layanan secara personal untuk memenuhi kebutuhan pelanggan..
4. Kinerja Layanan , Kepercayaan , dan Variabel Komitmen. berpengaruh positif dan signifikan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Jepara). Dengan uji statistik F dengan nilai F_{tabel} yaitu 80,582 lebih dari $> 2,70$ untuk nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa Kinerja Layanan , Kepercayaan , dan Variabel Komitmen.

berpengaruh positif dan signifikan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Jepara).

5. Berdasarkan hasil dari uji Koefisien Determinasi, dapat diketahui bahwa nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,713 dalam hal ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Variabel Komitmen dapat menjelaskan Variabel dependen Loyalitas Konsumen. Dengan nilai sebesar 71,3% sedangkan sisanya 28,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5.2. Saran

Meskipun penelitian ini telah direncanakan dan dikerjakan semaksimal mungkin namun masih terdapat beberapa keterbatasan dari peneliti, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dalam variabel Kinerja Layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada ESL Express Jepara). Maka sebaiknya ESL Express selalu mempertahankan Kinerja layanan mulai dari barang masuk hingga barang sampai ke tujuan agar konsumen selalu merasa puas dan berkeinginan untuk mengirimkan paketnya melalui ESL Express Jepara.
2. Pada variabel Kepercayaan (X_2) menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada ESL Express Jepara). Maka sebaiknya ESL Express Jepara mempertahankan Kepercayaan

kepada pelanggan dengan selalu berusaha menjaga kiriman pelanggan sampai ke tujuan dengan selamat dan tepat waktu.

3. Pada variabel Komitmen (X_3) menunjukkan bahwa berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada ESL Express Jepara). Maka sebaiknya ESL Express Jepara meningkatkan Komitmennya kepada pelanggan terutama untuk pick up service sebaiknya bisa di tingkatkan ke seluruh daerah kabupaten Jepara, sehingga pelanggan akan terbantu dan merasa puas terhadap ESL Express Jepara.

4. Dalam penelitian selanjutnya supaya menambah variabel-variabel bebas lainnya seperti persepsi nilai, citra merek, dan yang lain yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen selain variabel-variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini.

