

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari dimensi yang mempengaruhi yakni kehandalan (*reliability*), daya tangkap (*reponsiveness*), Jaminan (*assueance*), kepedulian (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang semakin baik akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan JNE Cabang Utama Gorontalo.
2. Secara parsial kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari tiga aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen yakni *Achieving result*, *Acting with integrity* dan *Demonstrate corcern*. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang ditimbulkan perusahaan terhadap konsumen akan jasa mereka maka akan semakin mempengaruhi konsumen untuk tetap menggunakan jasa JNE Cabang Utama Gorontalo
3. Secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari hasil pengujian deskriptif bahwa keputusan konsumen

memiliki capaian presentase yang sangat baik sehingga ini dapat dilihat dari respon konsumen ingin mencari informasi tentang jasa JNE Cabang Utama Gorontalo kemudian bersedia menggunakan jasa tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Sebaiknya pimpinan memperhatikan dan melakukan pembenahan terkait dengan indicator *tangible* yakni ketersediaan sarana dan prasarana dalam hal pelayanan. Kemudian perlunya bagi perusahaan untuk memperhatikan indicator *assurance* yakni ketersediaan perusahaan untuk memberikan jaminan barang konsumen. Jika hal ini diperhatikan maka akan meningkatkan pendapatan atas pelayanan yang diberikan oleh PT JNE Cabang Utama Gorontalo.
2. Bagi peneliti selanjutnya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel yang lain seperti harga, promosi, citra perusahaan dll, yang secara teori dapat memberikan dampak bagi keputusan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.M., and Parvez, Noorjanan.2009.*Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty*,*ABAC Journal*.29(1):24-38
- Akdon, dan Riduwan.2013.*Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*.Bandung: Alfabeta
- Bachman, R dan Zaher, A.2006.*Handlbook of Trust Research*.Edwad Elgar Publishinglic:USA
- Barnes, J.G.2011.*Secrets of Customer Reloationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*.Edisi 1.Andi Offset.Yogyakarta
- Basu Swastha, 2000,*Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Jakarta:Liberty.
- Big Kim,Chen.2017.*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Hasil pada Anggota Keseluruhan Kepuasan Sebuah Usulan Model untuk Kesehatan dan Kebugaran Pengguna*.*Journal Universiti Sains Malaysia*,11800.Vol.Internasional Journal.9,No.1.
- Cani, Zulkifli.2016.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha*.Skripsi.
- Dharmmesta, Basu Swasta dan T.Hani.2008.*Manajemen Pemasaran AnalisiPerilaku Konsumen*.Edisi Pertama.Yogyakarta:BFE
- Djati, S.Pantja dan Ferrinadewi, Erna.2004.*Pentingnya Karyawan dalam Pembentukan Kepercayaan Konsumen Terhadap Perusahaan Jasa*.*Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*,Vol.6,No.2
- Djibran, Iqbal Muhamad.2016.*Pengaruh Harga dan Periklanan Terhadap Perilaku Konsumen pada Toko Bin Yusuf Gorontalo*.Skripsi
- Ghozali,Iman.2001.*Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____.2009.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Edisi ke-4.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guspul, Ahmad.2014.*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)*.*Jurnal PPKM UNISQI* vol.40-45.ISSN:2354-869X.Sumber : Scholar

- Era E-Commerce, Pendapatan JNE Diklaim Naik 30% setiap Tahun. (<http://m.bisnis.com/industri/read/20160204/105/516359/era-e-commerce-pendapatan-jne-diklaim-naik-30-setia-tahun.>)
- Igirisa, Riswan. 2017. *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi
- Kumar Singhl, Depeesh dkk. 2016. *Menggunakan Analytic Hierarchy Process Kembangkan Model Struktural Hierarchy Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Digital Pasar*. Asian Academy of Management Journal, Vol. 21. No. 1, 111-136. Journal University, Gurgoon (Haryana), India.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jilid kedua, edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 8. Jakarta. Erlangga
-
- . 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Jakarta: PT. Indeks
-
- . 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Jakarta: PT. Erlangga
- Mardiastika, Ema. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas film, Efek Komunitas dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya terhadap Minat Menonton*.
- Saleh, Muwafik. Akh. 2010. *Public Service Communication*. Malang: UMM Press.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sularto, Lana. 2004. *Pengaruh Privasi, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat Beli Konsumen Untuk Belanja Online*. Jurnal. UNSRAT
- Tune, Iqlina. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi colt t120ss Pickup pada PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor*
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Penerbit Andi. Yogyakarta

Umar, Husein. 2005. *Metodology Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Parasuraman, Zeithaml, dan A.A Berry. 1988. *Delivery Service Quality : Balancing Customer Perceptions and Expectation*, The Free Press, New York