

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah menganalisis data primer mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, terhadap *word of mouth* pelanggan JNE Tomang maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini diantaranya:
 - a. Pada hasil perhitungan variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi (*Tangibles* (berwujud), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan dan kepastian), dan *Empathy* (empati)), memberi gambaran bahwa kualitas pelayanan JNE Tomang mendapat penilaian yang baik oleh pelanggannya.
 - b. Perhitungan yang dilakukan terhadap variable kepuasan pelanggan juga mendapat penilaian yang baik dari pelanggannya. Variable ini menggunakan tiga dimensi yaitu dimensi *Attributes Related to Product* (Atribut berhubungan dengan Produk), dimensi *Attributes Related to Services* (Atribut berhubungan dengan Jasa), dan dimensi *Attributes Related to Purchases* (Atribut berhubungan dengan Pembelian). Secara keseluruhan pelanggan JNE Tomang puas terhadap indikator yang terdapat di dalam dimensi tersebut. Namun pada dimensi *attributes related to purchase*, masih terdapat akumulasi jawaban negatif terhadap tarif yang JNE Tomang tetapkan.

- c. Selanjutnya pada variabel *word of mouth*, terdiri dari dua dimensi yaitu dimensi *WOM Activity* (aktifitas WOM) dan dimensi *WOM Praise* (WOM yang berisi pujian). Mayoritas responden memberikan penilaian baik terhadap dimensi *WOM Activity*. Namun penilaian negatif masih terdapat pada *WOM Praise*, penilaian tersebut terdapat pada pelanggan yang tidak setuju bahwa mereka hanya berbicara mengenai hal-hal baik saja tentang JNE Tomang dan pelanggan yang tidak merasa bangga saat menceritakan JNE Tomang kepada orang lain.
2. Hasil perhitungan regresi linear sederhana pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan. Hal ini ditunjukkan melalui besaran koefisien regresi kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang bernilai positif yaitu sebesar 0.504.
3. Hasil perhitungan regresi linear sederhana pada variabel kualitas pelayanan terhadap WOM menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan. Hal ini ditunjukkan melalui besaran koefisien regresi kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang bernilai positif yaitu sebesar 0.216.
4. Hasil perhitungan regresi linear sederhana pada variabel kepuasan terhadap WOM menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang positif terhadap WOM. Hal ini ditunjukkan melalui besaran koefisien regresi kepuasan terhadap WOM yang bernilai positif yaitu sebesar 0.355.

5. Hasil perhitungan *sobel test* menghasilkan nilai t hitung (2.1501) > t tabel (1.65521), yang menjadi kesimpulan bahwa terdapat pengaruh mediasi di dalam pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap WOM yang dimediasi oleh kepuasan.

5.2 Saran

1. Saran-saran untuk penelitian selanjutnya
 1. Sebaiknya penelitian selanjutnya memperbanyak jumlah sampel dalam penelitian sesuai dengan populasi yang ada sehingga keragaman data yang mewakili populasi menjadi lebih baik.
 2. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda pada perusahaan jasa pengiriman lainnya, misalnya FedEx, TIKI, atau DHL.
 3. Sebaiknya diadakan penelitian perbandingan, misalnya perbandingan kualitas pelayanan antara JNE Tomang dengan JNE Rawamangun. Atau bisa juga membandingkan antar kompetitor JNE yang dikenal juga banyak penggunanya, misalnya JNE Tomang dengan TIKI Kramat Senen.
 4. Sebaiknya peneliti menambahkan variabel lain yang mempengaruhi WOM dan tidak hanya dilihat dari satu atau dua variabel seperti kualitas pelayanandan kepuasan saja, tetapi variabel atau faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi hal tersebut seperti contohnya kualitas

produk, citra merek, *advertising* dan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi WOM

2. Saran-saran untuk JNE Tomang

1. JNE harus meningkatkan pelayanannya dan menyesuaikannya dengan tarif. Peningkatan pelayanannya bisa dengan pemberian hadiah, sovenir, aqua gelas gratis pada saat konsumen menunggu dilayani, sehingga konsumen akan merasa lebih dihargai dan menjadikan tarif bukan sebagai prioritas didalam memberikan penilaian terhadap kepuasan yang diterimanya.
2. JNE Tomang harus menciptakan suatu model sistem pelayanan baru untuk menciptakan rasa bangga di hati pelanggannya. Sistem *member priority card* (yang banyak diterapkan sekarang di perusahaan-perusahaan selain jasa pengiriman di Indonesia) dapat digunakan bagi konsumen tertentu yang sering menggunakan jasa JNE Tomang, dimana sistem ini memberikan beberapa fasilitas-fasilitas khusus kepada pemegangnya. Kelebihan yang didapat dari sistem ini misalnya, *counter* khusus bebas antrian bagi pemegang *member priority card*, kiriman prioritas untuk paket milik konsumen ini, dan mendapat kartu ucapan-ucapan selamat (misal: selamat ulang tahun, selamat hari raya keagamaan) pada konsumen pemegang kartu ini. Sehingga diharapkan melalui sistem ini JNE Tomang dapat terus digunakan dan menjadi kebanggan bagi penggunanya.

3. JNE Tomang dapat mengurangi jumlah pelanggan yang berbicara mengenai kekurangan JNE Tomang pada saat melakukan konsumen tersebut melakukan aktifitas WOM yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan JNE Tomang. Sistem *Member get Member*, dapat JNE Tomang gunakan untuk mengatasi hal ini. Jadi, apabila pelanggan JNE Tomang yang merekomendasikan dan dapat membawa pelanggan baru ke JNE Tomang, maka pelanggan tersebut mendapat *point* yang akumulasi dari *point* tersebut dapat ditukarkan dengan hadiah, potongan harga, atau layanan khusus tertentu. Cara ini dirasa efektif, sebab pada saat merekomendasikan JNE Tomang, *member*, akan cenderung berbicara mengenai hal-hal baik saja mengenai JNE Tomang untuk menarik minat calon pelanggan baru menggunakan jasa JNE Tomang.