

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang kualitas layanan, harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara deskriptif didapatkan gambaran kualitas layanan adalah tinggi, artinya dimensi yang berada pada dalam variabel kualitas layanan berkategori tinggi dengan nilai rata-rata 4,10. Gambaran pada variabel harga adalah tinggi, artinya dimensi yang berada pada dalam variabel harga berkategori tinggi dengan nilai rata-rata 4,01 dan kepuasan konsumen juga termasuk dikategorikan tinggi dengan nilai rata-rata 4,13 yang didapatkan dari konsumen di *drop point* J&T *Ekspress* Kota Pangkalpinang.
2. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  17,655 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,967 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini membuktikan kualitas layanan berperan penting dalam menentukan kepuasan konsumen.
3. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  5,511 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,967 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf

signifikansi sebesar 0,05. Hal ini membuktikan harga berperan penting dalam menentukan seberapa besar kepuasan konsumen.

4. Variabel kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan  $f_{hitung}$  (456,238) lebih besar dari  $f_{tabel}$  (3,02), dan nilai signifikansi adalah 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.

## 5.2 Saran

### a. Saran Untuk Perusahaan

1. Mengingat banyaknya pesaing disarankan kepada *J&T Express* agar menetapkan harga sesuai dengan kualitas yang diberikan, namun tidak akan mengurangi laba perusahaan. Harga yang ditawarkan haruslah terlihat cenderung lebih menguntungkan konsumen sehingga mereka akan tertarik untuk selalu menggunakan jasa dari *J&T Express*.
2. Disarankan kepada *J&T Express* agar menjaga dan memantau kualitas pelayanan yang diberikan dalam penyampaian jasa dengan pengolahan yang lebih efektif dan efisien, sehingga mampu menjaga kepuasan konsumen agar bertahan dan dapat ditingkatkan lagi.

### b. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya khususnya yang akan meneliti mengenai kepuasan konsumen di *J&T Express*, penulis berharap agar peneliti selanjutnya bisa lebih mengkaji mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen di *J&T Express* lebih dalam lagi terutama faktor-faktor yang belum diteliti dalam penelitian ini

seperti *brand image*, *word of mouth*, keputusan pembelian dan faktor-faktor lainnya, serta pemasaran jasa yang mungkin bisa dilakukan dalam penelitian lebih lanjut oleh mahasiswa/i manajemen dengan konsentrasi pemasaran.

