

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan simpulan yang didapat dalam penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh *Corporate Image* dan *Brand Trust* Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman JNE Cabang Mojokerto. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang telah menggunakan Jasa Pengiriman JNE Cabang Mojokerto. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat Pengaruh Secara Signifikan antara *Corporate Image* terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman JNE Cabang Mojokerto. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel *Corporate Image* dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,062 lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai 0,326 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 \leq 0,05$). Jadi dengan demikian H_1 diterima.
2. Terdapat Pengaruh secara Signifikan antara Brand Trust terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman JNE Cabang Mojokerto. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel Brand Trust dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,913 lebih besar dari t_{tabel} 0,479 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 \leq 0,05$). Jadi dengan demikian H_2 diterima.
3. Variabel *Corporate Image* dan *Brand Trust* berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Pengiriman JNE cabang Mojokerto . Hal ini dibuktikan dengan hasil Statistik F_{hitung} sebesar 102,444 lebih besar dari nilai F_{tabel} 3,09

(102,444 \geq 3,09) dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,00 \leq 0,05).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka ada beberapa saran yang dikemukakan antara lain:

- a. Citra Perusahaan atau *Corporate Image* dalam Jasa Pengiriman JNE dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan indikator yang tertera di pembahasan sebelumnya, sebaiknya tetap mempertahankan faktor-faktor yang sudah berjalan dengan baik agar tetap menjadi pilihan konsumen dan juga dalam layanan jasa logistik, dalam segi pelayanan karyawan, kinerja pengiriman jasa yang tepat waktu dan juga dengan banyaknya agen-agen yang sudah menyebar bisa lebih mempermudah konsumen untuk proses pengiriman barang dan mudah ditemui .
- b. Kepercayaan Merek atau *Brand Trust*
Kepercayaan merek JNE, konsumen belum sepenuhnya percaya pada merek Jasa Pengiriman JNE, karna masalah dengan ketepatan waktu dan sampainya barang , untuk bisa lebih meningkatkan kualitas faktor-faktor yang kurang berjalan dengan baik sehingga diharapkan untuk bisa menerapkan kinerja disetiap aspek yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan merek JNE itu sendiri.