

BAB V

PENUTUP

Bab ini memberi kesimpulan dari pembahasan mengenai pengaruh antara penilaian citra merek JNE dan intensitas terpaan testimoni negatif tentang pelayanan JNE di media online terhadap tingkat kepercayaan masyarakat untuk menggunakan JNE. Selain itu, terdapat saran yang dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

5.1 Kesimpulan

Dilihat dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama diterima, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pengaruh yang diberikan sebesar 40% sedangkan 60% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara penilaian citra merek (X1) terhadap tingkat kepercayaan masyarakat untuk menggunakan JNE (Y).
2. Hasil uji hipotesis kedua diterima, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pengaruh yang diberikan dari variabel intensitas terpaan testimoni negatif tentang pelayanan JNE di media online (X2) terhadap tingkat kepercayaan masyarakat untuk menggunakan JNE (Y) diketahui sebesar 41,1% sedangkan 58,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang didapat, terdapat saran yang dapat peneliti berikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Diharapkan JNE bisa memperbaiki kualitas pelayanannya, khususnya dalam mengantarkan paket secara tepat waktu sesuai dengan jaminan yang diberikan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, pelanggan akan merasakan pengalaman yang baik pula saat menggunakan JNE dan akan terbentuk citra

merek JNE yang positif. Pengalaman baik yang diterima oleh pelanggan JNE juga akan meminimalisir munculnya testimoni-testimoni negatif yang tersebar di media online.

2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan jumlah responden dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan kurang lebih sama rata. Dengan begitu penelitian yang dilakukan dapat menghasilkan jawaban yang seimbang.