

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan olah data dilanjutkan dengan analisis pengaruh *brand image*, *word of mouth* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa JNE Kudus, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa JNE Kudus, berdasarkan nilai demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam *brand image* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa JNE Kudus.
2. *Word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa JNE Kudus, berdasarkan nilai demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} 0,009 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa JNE Kudus.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa JNE Kudus, berdasarkan nilai demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} 0,007 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa JNE Kudus.

B. Saran

Dengan keterbatasan tersebut maka penulis menyadari tidak ada penelitian yang sempurna, untuk itu saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya digunakan kuesioner terbuka sehingga terdapat ruang pada responden untuk mengemukakan alasannya pada pilihan jawaban.
2. Untuk penelitian selanjutnya tidak hanya terbatas pada JNE Kudus saja dan untuk periode pengamatan hendaknya melakukan penelitian dengan periode yang lebih lama.