

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil dari pengujian dan analisis hipotesis yang telah dilakukan, sehingga diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh dari *brand image* terhadap keputusan penggunaan ulang. Hasil yang diperoleh dalam pengujian hipotesis pertama diterima, yang berarti bahwa *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ulang. Dalam hal ini berarti keputusan penggunaan ulang yang dipengaruhi oleh *brand image* menunjang pelanggan melakukan penggunaan jasa secara berkelanjutan dan kembali menggunakan brand atau merek perusahaan jasa yang sama yaitu memutuskan menggunakan kembali jasa ekspedisi kantor pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo.
2. Terdapat pengaruh dari *brand trust* terhadap keputusan penggunaan ulang. Hasil yang diperoleh dalam pengujian hipotesis kedua diterima, yang berarti bahwa *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ulang. Dalam hal ini berarti keputusan penggunaan ulang yang dipengaruhi oleh *brand trust* menunjang pelanggan percaya akan merek yang digunakan. Dan dari kepercayaan tersebut muncul lah perasaan rasa aman yang membuat semakin yakin memutuskan penggunaan ulang jasa pada ekspedisi kantor pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo.

3. Terdapat pengaruh dari kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan ulang. Hasil yang diperoleh dalam pengujian hipotesis ketiga diterima, yang berarti bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ulang. Dalam hal ini berarti jika kualitas layanan semakin meningkat maka akan meningkatkan pula keputusan penggunaan ulang. Dengan memutuskan penggunaan ulang pada jasa pada ekspedisi kantor pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo.
4. Terdapat pengaruh dari *brand image*, *brand trust* dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan ulang. Hasil yang didapatkan dalam pengujian hipotesis keempat diterima, yang berarti bahwa *brand image*, *brand trust*, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan ulang. Karena *brand image*, *brand trust* dan kualitas layanan merupakan faktor utama dalam keputusan penggunaan ulang pada jasa pada ekspedisi kantor pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo.

B. Saran

Dari kesimpulan tersebut, maka terdapat saran yang menjadi harapan peneliti, yaitu:

1. Agar merek Kantor Pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo dapat terus dipertahankan dan memenangkan persaingan dengan pesaing.
2. Bagi perusahaan untuk mengembangkan lebih lanjut elemen-elemen yang mempengaruhi pilihan penggunaan kembali, citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas layanan.

3. Bagi penelitian selanjutnya, semoga dapat meneliti dengan variabel yang lainnya kecuali *brand image*, *brand trust* dan kualitas layanan yang juga bisa mempengaruhi keputusan penggunaan ulang dan kami berharap dapat memperluas objek penelitian.