

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh *Brand Image* dan *Kualitas Pelayanan* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi Sicepat Syariah di Jawa Barat”. menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. a. *Brand Image* pada produk Sicepat Syariah Ekspres menunjukkan hasil yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa *brand image* di mata responden berperan penting dalam melakukan keputusan penggunaan produk Sicepat Syariah Ekspres dengan memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial konsumen, serta kepuasan konsumen terhadap produk.
 - b. *Kualitas Pelayanan* pada produk Sicepat Syariah menunjukkan hasil yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di mata responden berperan penting dalam melakukan keputusan penggunaan produk Sicepat Syariah Ekspres dengan memenuhi kebutuhan konsumen, serta kepuasan konsumen terhadap produk.
 - c. Keputusan pembelian pada produk Sicepat Syariah Ekspres menunjukkan hasil yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan untuk membeli dengan pertimbangan sangat baik dalam memahami, memperhatikan, untuk menggunakan produk produk Sicepat Syariah Ekspres.
2. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut disebabkan dengan adanya citra merek konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen
 3. *Kualitas Pelayanan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut disebabkan adanya pelayanan yang memuaskan atau berkesan terhadap konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat *brand image* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa Sicepat Syariah. Namun, dari hasil diatas terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan agar maksimal diantaranya:

1. Item BI4 pada variabel *brand image* yang menanyakan terkait tentang seberapa dikenal Sicepat Syariah di masyarakat, memiliki skor rata-rata paling rendah. Implikasi bagi perusahaan Sicepat, yaitu memiliki strategi kesadaran atau *awareness* bagi masyarakat, antara lain iklan, postingan media sosial, sponsor sehingga masyarakat mengenal produk Sicepat Syariah dengan cepat.
2. Item KUP7 pada variabel kualitas pelayanan yang menanyakan terkait ketepatan dalam pengiriman barang sampai tujuan, memiliki skor rata-rata paling rendah. Perusahaan dapat meningkat SDM yang dimilikinya dengan memberikan pelatihan, dengan begitu secara otomatis akan memperbaiki sistem pengiriman pada perusahaan.

Kebijakan yang dapat dibuat oleh para pemangku kepentingan ialah memberi dukungan kepada perusahaan jasa ekspedisi syariah khususnya dalam meningkatkan ekonomi syariah terhadap perekonomian nasional dengan cara memberikan beberapa intensif kepada perusahaan tersebut. Dengan begitu ekosistem perekonomian syariah akan optimal. Implikasi lainnya dari hasil penelitian ini secara teori diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu mengenai ilmu pengetahuan ekonomi, terutama dalam bidang bisnis dan pemasaran Islam.

Adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan Sicepat khususnya pada program Sicepat Syariah, diperlukan strategi pemasaran dalam meningkatkan *brand image* dan kualitas pelayanan, diantaranya dengan melakukan promosi seperti iklan dan posting di sosial media. Selain itu, kearena kualitas pelayanan berkaitan dalam SDM, perlu dilakukan pelatihan terhadap para karyawan dan secara

tidak langsung dapat meningkatkan juga sistem ketepatan waktu dalam pengiriman barang.

- b. Bagi para akademisi, diharapkan mereka dapat lebih mengetahui hasil penelitian yang komprehensif dengan menambahkan variabel yang lain seperti harga dan kepuasan pelayanan. Selain itu, wilayah penelitian dapat diperluas sehingga responden dalam penelitian lebih beragam dari berbagai wilayah di Indonesia.
- c. Bagi pemerintah termasuk pemangku kepentingan seperti KNEKS, MES, dan pihak-pihak yang membuat kebijakan, diharapkan agar mereka dapat memanfaatkan sektor ini dalam mengoptimalkan perekonomian nasional khususnya dalam perekonomian syariah.

Selain itu, pada penelitian ini juga terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi oleh penulis, di antaranya:

- i. Variabel penelitian ini masih terbatas, hanya terdapat dua variabel, yaitu tingkat *brand image* dan kualitas pelayanan. Maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah atau memodifikasi variabel lainnya.
- ii. Lingkup wilayah penelitian cukup kecil hanya di Kota Bandung. Maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji daerah lain secara lebih luas agar gambaran mengenai keputusan penggunaan semakin jelas.