

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Pada perhitungan hasil analisis faktor dengan memasukkan 22 variabel didapat bahwa KMO measure of Sampling Adequency (MSA) sebesar 0,803 dan barlett's test sebesar 2686.315 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000.
2. Berdasarkan analisis faktor dengan menggunakan rotasi (varimax) diperoleh 5 faktor baru dimana kelima faktor tersebut memenuhi syarat sebagai faktor karena memiliki eign value lebih dari 1 ,dan variabel yang paling dipertimbangkan yaitu variabel kesigapan karyawan.
3. Faktor-faktor yang diperoleh tersebut adalah:
 - a. Faktor pembentuk pertama terdiri dari variabel mutu pelayanan, harga sesuai kualitas, tempat mudah ditemui, gratis ongkos kirim, kesopanan karyawan, dan kebersihan. Dari faktor pembentuk pertama ini, variabel kesopanan karyawan merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express.
 - b. Faktor pembentuk kedua terdiri dari variabel menawarkan jasa jemput paket, harga terjangkau, tempat yang terjangkau, kesigapan karyawan, dan proses pengiriman tepat waktu. Dari faktor pembentuk kedua ini, variabel kesigapan karyawan merupakan

- variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express.
- c. Faktor pembentuk ketiga terdiri dari variabel strategis, slogan mudah diingat, iklan di sosial media, dan ruang pelayanan nyaman. Dari faktor pembentuk ketiga ini, variabel ruang pelayanan nyaman merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express.
- d. Faktor pembentuk keempat terdiri dari variabel pelayanan hotline konsumen, potongan harga / promo, penampilan karyawan, dan fasilitas. Dari faktor pembentuk keempat ini, variabel penampilan karyawan merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express.
- e. Faktor pembentuk kelima terdiri dari proses klaim cepat, proses distribusi jelas, dan logo. Dari faktor pembentuk kelima ini, variabel logo merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express.

5.2 Saran

a. Bagi Perusahaan

1. Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan lingkungan fisik merupakan variabel yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express. Variabel yang dipertimbangkan konsumen tidak berarti bahwa variabel yang

lain diabaikan. Mengoptimalkan variabel yang ada seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan lingkungan fisik juga harus sama-sama dapat ditingkatkan atau dioptimalkan agar dapat meningkatkan pemasaran, mempertahankan usahanya agar menjadi lebih baik dan dapat bersaing dengan jasa ekspedisi yang lain. Sebab semakin maju jaman, konsumen menjadi lebih sangat teliti dalam menentukan keputusan.

2. Hendaknya dapat meningkatkan faktor-faktor yang telah dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasanya yaitu faktor pertama yang terdiri dari mutu pelayanan, harga sesuai kualitas, tempat mudah ditemui, gratis ongkos kirim, kesopanan karyawan, dan kebersihan. Faktor kedua yang terdiri dari menawarkan jasa jemput paket, harga terjangkau, tempat yang terjangkau, kesigapan karyawan, dan proses pengiriman tepat waktu. Faktor ketiga terdiri dari strategis, selogan mudah diingat, iklan di sosial media, dan ruang pelayanan nyaman. Faktor keempat terdiri dari pelayanan hotline konsumen, potongan harga / promo, penampilan karyawan, dan fasilitas. Faktor kelima terdiri dari proses klaim cepat, proses distribusi jelas, dan logo.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti yang ingin menyempurnakan dan melanjutkan penelitian ini di masa yang akan datang dapat

digunakan sebagai salah satu sumber data dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya, variabel yang berbeda, jumlah sampel yang lebih banyak, tempat yang berbeda, dan tetap berhubungan dengan jasa ekspedisi J&T Express. Hal tersebut dimaksudkan agar tercapai perkembangan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan konsumen.