

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Pada perhitungan analisis faktor dengan memasukkan 18 variabel didapat bahwa KMO measure of sampling adequacy (MSA) sebesar 0,858 dan barlett,s test sebesar 672,998 dengan tingkat signifikansi 0,000.
2. Berdasarkan analisis faktor dengan menggunakan rotasi (varimax) diperoleh 4 faktor baru dimana keempat faktor tersebut memenuhi syarat sebagai faktor karena memiliki eign value lebih dari 1, dan variabel yang paling dipertimbangkan yaitu variabel ruang tunggu yang nyaman.
3. Faktor – faktor yang diperoleh tersebut adalah :
 - a) Faktor pembentuk pertama terdiri dari variabel Lokasi mudah ditemukan, Penampilan karyawan, Kesigapan karyawan, Promosi melalui media sosial, Pengiriman tepat waktu, Iklan yang menarik. Dari faktor pembentuk pertama ini, variabel lokasi mudah ditemukan merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi Pos Indonesia.
 - b) Faktor pembentuk kedua terdiri dari variabel Ruang tunggu yang nyama, Kebersihan, Proses klaim, Kesopanan karyawan. Dari faktor pembentuk kedua ini, variabel ruang tunggu yang nyaman merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi Pos Indonesia.
 - c) Faktor pembentuk ketiga terdiri dari variabel Variasi produk, Variasi harga, Lokasi strategis, Harga terjangkau, Harga sesuai kualitas.dari faktor pembentuk ketiga ini, variabel variasi produk merupakan variabel yang sangat

dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi Pos Indonesia.

- d) Faktor pembentuk keempat terdiri dari variabel Merk/brand mudah diingat, Mutu pelayanan, Promosi melalui brosur. Dari faktor pembentuk keempat ini, variabel merk/brand mudah diingat merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi Pos Indonesia.

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 Pos Indonesia..
Mengoptimalkan variabel yang ada seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan lingkungan fisik juga harus sama – sama ditingkatkan atau dioptimalkan, agar dapat meningkatkan pemasaran, mempertahankan usahanya agar menjadi lebih baik dan dapat bersaing dengan kompetitor yang lain.
2. Hendaknya dapat meningkatkan faktor – faktor yang telah dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasanya yaitu faktor pertama yang terdiri dari lokasi yang mudah ditemukan, penampilan karyawan, kesigapan karyawan, promosi melalui media sosial, pengiriman tepat waktu, iklan yang menarik. Faktor kedua terdiri dari ruang tunggu yang nyaman, kebersihan lingkungan sekitar, proses klaim yang cepat, dan kesopanan karyawan. Faktor ketiga terdiri dari variasi produk, variasi harga, lokasi strategis, harga terjangkau, harga sesuai kualitas. Dan faktor keempat yang terdiri dari merk/brand mudah diingat, mutu pelayanan, promosi melalui brosur.