

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Ketidak Puasan Konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa yaitu nilai $t_{hitung} = 3,136$ yang artinya $t_{hitung} (3,136) < t_{tabel} (2,00575)$, dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk dapat menciptakan keputusan pembelian yang stabil dari konsumen, maka diperlukan strategi untuk memenangkan pasar salah satunya adalah dengan menerapkan strategi kepuasan konsumen.
2. Diskon mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa yaitu nilai $t_{hitung} = 2,898$ yang artinya $t_{hitung} (2,898) < t_{tabel} (2,00575)$, dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$. Yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk dapat menciptakan keputusan pembelian yang stabil dari konsumen, maka diperlukan strategi untuk memenangkan pasar salah satunya adalah dengan menerapkan pemberian diskon terhadap barang yang jarang dibeli oleh konsumen.
3. Perilaku Konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa yaitu nilai $t_{hitung} = 3,046$ yang artinya $t_{hitung} (3,046) < t_{tabel} (2,00575)$, dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. Yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk dapat menciptakan keputusan pembelian yang stabil dari konsumen, maka diperlukan strategi untuk memenangkan pasar salah satunya adalah dengan mengenali perilaku konsumen untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen.
4. Secara simultan Ketidak Puasan Konsumen, Diskon dan Perilaku Konsumen pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa pengiriman barang di Sicepat Ekspres Demak yaitu nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $20,931 > 3,17$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Penulis sadar bahwa saat melakukan penelitian ini masih mempunyai banyak kekurangan dan belum dapat dikatakan sempurna. Keterbatasan penelitian ini meliputi:

1. Keterbatasan peneliti hanya menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen
2. Populasi yang digunakan hanya konsumen pengguna jasa Sicepat Ekspres Demak yang ada di Wilayah Demak.
3. Hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat hanya 37,7% dan masih banyak variabel yang dapat digunakan dalam penelitian untuk mempengaruhi variabel terikat agar lebih luas.

C. Saran

Berdasarkan penemuan yang peneliti lakukan, maka peneliti dapat memberikan saran kepada pihak yang terkait meliputi:

1. Bagi Perusahaan
Perusahaan diharapkan mampu melaksanakan strategi yang baik yaitu dengan melakukan pemasaran berdasarkan ketidakpuasan konsumen, diskon dan perilaku konsumen yang telah dirumuskan oleh perusahaan sehingga semua dapat terencana.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Perlu adanya penelitian lanjutan mengenai variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian jasa pengiriman barang di Sicepat Ekspres Demak atau menerapkan variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini kepada objek penelitian yang lain.