

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data-data yang diperoleh dari responden maka dapat diambil kesimpulan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan Karakteristik Responden

Karakteristik konsumen yang diteliti berdasarkan jenis kelamin yaitu yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 43 orang atau 43%, sedangkan konsumen dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang atau 57%. Hal ini berarti konsumen yang terbanyak adalah konsumen yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 57 orang.

Responden dengan tingkat usia > 40 tahun yaitu sebanyak 38 orang atau 38%, sedangkan urutan kedua adalah responden dengan usia 25-40 tahun yaitu sebanyak 35 orang atau 35% dan usia < 25 tahun sebanyak 27 orang atau 27%.

Karakteristik responden yang terakhir adalah berdasarkan pekerjaan yaitu responden dengan pekerjaan pegawai swasta/ wiraswasta, yaitu sebanyak 34 orang atau 34%. Kemudian responden dengan pekerjaan pensiunan/ ibu rumah tangga yaitu sebanyak 25 orang atau 5%. Sedangkan yang memiliki pekerjaan pelajar/ mahasiswa sebanyak 21 responden atau 21%. Sisanya adalah responden yang memiliki pekerjaan PNS/ ABRI/ Polri yaitu 20 responden atau 20%.

2. Indeks Sikap Konsumen

Indeks sikap konsumen terhadap atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan yaitu sebesar 3,4849 dimana:

- a. Atribut kualitas lokasi mempunyai nilai terbesar yaitu 1,3029.
- b. Atribut kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 1,102.
- c. Atribut harga produk mempunyai nilai sebesar 0,95.
- d. Nilai terkecil adalah nilai dari atribut kualitas promosi yaitu sebesar 0,13.

Ini berarti indeks terbesar adalah indeks konsumen terhadap kualitas lokasi, yang berarti kualitas lokasi telah mendapatkan kepercayaan dan penilaian terbesar dari konsumen.

3. Berdasarkan hasil analisis perbedaan penilaian konsumen berdasarkan karakteristik jenis kelamin, tingkat usia dan pekerjaan responden terhadap atribut kualitas pelayanan, harga produk, kualitas lokasi dan kualitas promosi menunjukkan hasil perhitungan χ^2 hitung > χ^2 tabel yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen berdasar jenis kelamin, tingkat usia dan pekerjaan terhadap atribut kualitas pelayanan, harga produk, kualitas lokasi dan kualitas promosi.

5.2. SARAN

Dari kesimpulan di atas, dapat dapat dikemukakan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi perusahaan, antara lain sebagai berikut:

1. Dari jumlah karakteristik responden yang diteliti salah satunya adalah responden berdasarkan pekerjaan dimana mereka yang pekerjaannya sebagai pegawai swasta/ Wiraswasta memiliki jumlah yang paling banyak yaitu sebesar 34 orang. Karena konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta/ wiraswasta adalah konsumen yang paling sering menggunakan jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan, sebaiknya perusahaan selalu menjaga hubungan baik dengan mereka terutama untuk bisa lebih memperhatikan kualitas pelayanannya dalam hal kecepatan pengiriman barang.
2. Indeks Sikap Konsumen
 - a. Indeks sikap terbesar dari keempat atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan adalah atribut kualitas lokasi sebesar 1,3029. Ini berarti bahwa kualitas lokasi mempunyai kepercayaan dan penilaian terbesar, oleh karena itu melalui atribut kualitas lokasi perusahaan harus dapat menempatkan setiap cabang-cabang kantor pos pada lokasi yang strategis atau mudah untuk dijangkau. Tidak hanya letak kantor pos saja yang harus diperhatikan, tetapi kualitas lokasi seperti kenyamanan tempat, kebersihan, dan ketersediaan fasilitas yang memadai juga harus tetap dijaga.
 - b. Indeks sikap konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan adalah sebesar 1,102 yang menempati urutan kedua. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan telah memperoleh kepercayaan dan penilaian yang baik. Oleh

karena itu perusahaan hendaknya meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi terutama pada kecekatan pelayanan.

- c. Indeks sikap konsumen terhadap atribut harga produk adalah sebesar 0,95, ini berarti konsumen menginginkan harga yang lebih terjangkau terutama para konsumen dengan usia <25 tahun yang belum memiliki penghasilan tetap.
 - d. Indeks kualitas promosi mempunyai indeks sikap terkecil yaitu sebesar 0,13. Hal ini mungkin karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Untuk itu PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan perlu meningkatkan promosinya lebih banyak lagi untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak dari sebelumnya.
3. Karena tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia dan pekerjaan terhadap kualitas pelayanan, harga produk, kualitas lokasi dan kualitas promosi maka perusahaan dapat tetap menjalankan strategi perusahaan yang sudah ada, hanya perlu meningkatkan kegiatan promosi agar konsumennya terus bertambah.