

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap konsumen penggunaan jasa reguler pada JNE agen Tanjunganom maka peneliti dapat menarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis yang diajukan. Maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 77,4 % atau 270 responden menyatakan bahwa produk reguler pada JNE Agen Tanjunganom memperoleh kategori baik.
2. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 75,4% atau 263 responden menyatakan bahwa lokasi pada JNE Agen Tanjunganom memperoleh kategori baik.
3. Dari hasil penelitian tersebut bisa disimpulkan bahwa dari 349 responden ada 81,1 % atau sebanyak 283 responden menyatakan bahwa keputusan pembelian produk reguler pada JNE Agen Tanjunganom mendapat kategori baik.
4. Berdasarkan hasil uji korelasi diketahui nilai *pearson* sebesar 0,600 dan diperoleh nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi *pearson* berada antara 0,41-0,60. Sehingga diperoleh hubungan antara produk dengan keputusan pembelian adalah sedang. Kemudian diperoleh bahwa t_{hitung} pada variabel produk sebesar 15,838. Dari hasil tersebut maka disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $15,838 > 1,966$ berarti

dapat disimpulkan pada penelitian ini ada pengaruh antara variabel produk terhadap keputusan pembelian produk reguler pada JNE Agen Tanjunganom.

5. Berdasarkan uji korelasi diperoleh nilai *pearson* sebesar 0,635 dan nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi *pearson* berada antara 0,610-0,800. Sehingga diperoleh hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian adalah kuat. Selanjutnya diperoleh t_{hitung} pada variabel lokasi sebesar 17,153. Dari hasil tersebut maka disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $17,153 > 1,966$ berarti H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Artinya pada penelitian ini variabel lokasi secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk reguler pada JNE Agen Tanjunganom.
6. Dalam perhitungan diketahui bahwa nilai signifikansi *F Change* sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil uji diperoleh nilai *R* sebesar 0,809 artinya variabel produk dan variabel lokasi secara bersama-sama mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian produk reguler pada JNE Agen Tanjunganom. Dari hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 5,208 + 0,398 X_1 + 0,459 X_2$. Pada uji *F* diperoleh hasil $F_{hitung} 327,167 > F_{tabel} 3,04$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari hasil tersebut H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Artinya, dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk reguler pada JNE Agen Tanjunganom. Hasil uji determinasi diperoleh koefisien determinasi atau *Rsquare* yaitu 0,654

yang artinya variabel produk dan lokasi mempunyai pengaruh sebesar 65 % terhadap keputusan pembelian produk reguler pada JNE Agen Tanjunganom. Sedangkan sisanya 35 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini yaitu promosi dan harga.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini maka peneliti ingin memberikan saran atau masukan agar dijadikan untuk evaluasi perusahaan ataupun peneliti selanjutnya, yakni :

1. Bagi JNE agen Tanjunganom

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada JNE agen tanjunganom bahwa produk dan lokasi mempunyai kategori baik dalam mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk reguler. Maka peneliti mengharapkan agar perusahaan JNE Agen Tanjunganom minimal bisa mempertahankan produk dan lokasi yang sudah dijalankan. Agar pengunjung tetap menggunakan produk yang ditawarkan oleh JNE agen Tanjunganom.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian karena kontribusi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar 63%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor promosi dan harga. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih beragam agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.