

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa :

- 1) Perceived Price memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap purchase intention, apabila *perceived price* yang ditawarkan oleh jasa laundry sepatu 3Cious semakin terjangkau dan menarik, maka semakin tinggi juga *purchase intention* dari konsumen. Sehingga, hipotesis 1 yang memberikan pernyataan *perceived price* berpengaruh terhadap *purchase intention* dapat diterima.
- 2) Perceived Quality memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *purchase intention*, apabila *perceived quality* yang ditawarkan oleh jasa laundry sepatu 3Cious semakin bagus kualitasnya dan treatment yang diberikan juga semakin bervariasi, maka semakin tinggi juga *purchase intention* dari konsumen. Sehingga, hipotesis 1 yang memberikan pernyataan *perceived price* berpengaruh terhadap *purchase intention* dapat diterima.
- 3) Variabel *perceived price* dan *perceived quality* dijelaskan sebesar 51,3% secara simultan berpengaruh terhadap purchase intention.
- 4) Berdasarkan hasil persamaan regresi diketahui bahwa variabel *perceived price* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan lebih besar terhadap minat beli, apabila dibandingkan dengan *perceived quality*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diberikan baik secara akademis ataupun praktis, diantaranya :

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, bagi para mahasiswa/i maupun peneliti selanjutnya yang ingin melakukan sebuah penelitian sejenis. Terdapat beberapa saran dari responden untuk dapat mengukur serta meningkatkan purchase intention pada jasa laundry sepatu 3Cious, diantaranya :

- 1) Memperluas Karakteristik

Berdasarkan hasil penelitian ini, bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat memperluas karakteristik responden yang bertujuan untuk membantu dan mempermudah dalam pencapaian sampel sesuai dengan target.

- 2) Menambah Jumlah Variabel

Terkait hasil penelitian ini, dengan uji model R square variabilitas *perceived price* dan *perceived quality* yang hanya mempengaruhi *purchase intention* sebesar 51,3%. Maka dari itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk jasa *laundry* sepatu 3Cious sebagai berikut :

1) Harga jual terjangkau

Harga yang ditawarkan oleh jasa *laundry* sepatu 3Cious ini sangat terjangkau sehingga jasa dapat bersaing dengan produk jasa yang sejenis, maka dari itu harga yang telah diberikan 3Cious juga harus sebanding dengan kualitas yang didapatkan oleh konsume. Sehingga konsumen akan berminat untuk menggunakan jasa *laundry* sepatu 3Cious di masa yang akan datang.

2) Feedback konsumen

Meminta feedback kepada kosumen terkait dalam pelayanan yang diberikan, hasil cuci sepatu serta kritik dan saran dalam inovasi produk baru ataupun berbagaimacam treatment yang menarik. Hal tersebut dapat tercapai dengan membuat sebuah link melalui google form yang berisikan tentang kepuasan konsumen mulai dari pelayanan, hasil pencucian, dan lainnya.

3) Standard Operating Prosedure

Membuat dan menetapkan SOP (Standard Operating Procedure) yang bertujuan untuk menjaga rasa konsisten pada pelayanan jasa *laundry* sepatu 3Cious. Hal tersebut dapat tercapai dengan melakukan sebuah penetapan dan membuat SOP pencucian sepatu, SOP bahan baku, SOP pelayanan, SOP karyawan dan berbagaimacam SOP lainnya.

4) Melakukan inovasi terhadap jasa ataupun produk

Terdapat berbagaimacam cara yang dapat digunakan agar tetap dapat bersaing dengan kompetitor, salah sataunya yaitu sebuah inovasi baru terkait produk ataupun jasa yang dapat meningkatkan *value* dari jasa *laundry* sepatu 3Cious

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa batasan masalah yang dialami diantaranya :

1. Keterbatasan Masalah Pada Karaekteristik Responden

Keterbatasan masalah pada karakteristik responden terkait dengan domisili bahwa seharusnya target responden tidak perlu mencakup Surabaya Raya karena obyek penelitian ini merupakan jasa *laundry* sepatu 3Cious yang berlokasi di Surabaya. Sehingga, untuk penelitian selanjutnya cukup dengan responden yang berdomisili di Kota Surabaya agar dapat fokus kepada kepada target responden yang sesuai dan dekat dengan target konsumen jasa *laundry* sepatu 3Cious.

2. Keterbatasan Dalam Mencari Responden

Keterbatasan masalah ini berhubungan dengan jumlah responden yang hanya didapatkan sedikit, hal ini disebabkan oleh adanya wabah covid 19 yang telah menyerang seluruh dunia. Sehingga, dalam pencarian responden pada penelitian ini hanya dapat dilakukan secara daring melalui *google form*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Prastio dan Rodhiyah, 2021, Pengaruh *Perceived Quality*, *Social Influence*, dan *Perceived Price* Terhadap *Purchase Intention* Brodo. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol III No. 3/2021 Hal : 580-590.
- Arif, Andi M., 2019. Industri Sepatu Diprediksi Tumbuh 5 Persen, Sneaker Mendominasi. Diakses 03 November 2021 pukul 08.52 WIB., didapat dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190621/257/936246/industri-sepatu-diprediksi-tumbuh-5-persen-sneaker-mendominasi>
- Faizin 2017, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai *Jurnal Madrasah. Jurnal Madaniyah*, Vol. 7 No. 2 /2086-3462.
- Ghozali, I., 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Undip.
- Hasibuan, L., 2018. Peminat Sneakers di Indonesia Naik 70%. Diakses 03 November 2021 pukul 08:25 WIB., didapat dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180220131649-33-4849/peminat-sneakers-di-indonesia-naik-70>
- Hendik, dan Putra 2019, Pengaruh *Percieved Quality*, Harga Dan *Lifestyle* Terhadap Minat Beli Produk Oldman.Co. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, Vol. 3 No. 11/ 1038-1054.
- Latipah, Fitriani, dan Masruroh 2017, Pengaruh Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Sandal Dan Sepatu Bata Cabang Kuningan. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Informatika*, Vol 13. No. 3/2017.
- Magfiroh, dan Iriani 2021, Niat Beli Sepatu Merek Lokal Oleh Generasi Muda: Pengaruh *Consumer Ethnocentrism*, *Perceived Quality*, *Perceived Price*, Dan *Perceived Brand Image*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 9, No. 2/2021.
- Mukarromah, dan Rofiah 2019, Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, Vol. 2 No.1/2654-4326.

- Nasution 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, Vol.2 No. 1/142- 155.
- Nofri, dan Hafifah 2018, Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, Vol. 5No. 1/113-132.
- Santoso, S., 2017, *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari dan Rodhiah, 2020, Pengaruh Kepercayaan, Presepsi Harga, dan Kinerja Operasional Terhadap Minat Beli Pelanggan Lazada. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol III No. 4/2020 Hal : 897-905.
- Sivaram, Munawar, dan Ali, 2019, *Determination Of Purchase Intention Through Brand Awareness And Perceived Quality* (Case Study: For consumers PT. Santosa Finance Tangerang area). *Jurnal Kewirausahaan*, Vol 1, No. 2/2019 Hal : 2686-5211.
- Suarjana, dan Suprpti 2018, Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 4/1920-1949.
- Yulianti, 2019. Laundry Peluang Bisnis Yang Menjanjikan. Diakses 23 Oktober 2021 pukul 09.45 WIB, didapat dari <https://www.ayobandung.com/netizen/pr-79650218/laundry-peluang-bisnis-yang-menjanjikan>