

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisa data yang telah dilakukan :

1. Faktor yang secara signifikan mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang di Kabupaten Tulungagung adalah kualitas pelayanan, waktu, dan lokasi.
2. Alasan konsumen yang dipertimbangkan dalam menggunakan jasa pengiriman barang JNE di Kabupaten Tulungagung adalah kualitas pelayanan yang baik, tarif yang terjangkau, ketepatan waktu, lokasi yang dekat dengan tempat tinggal, fasilitas yang memudahkan, dan alasan lainnya.
3. Alasan konsumen yang dipertimbangkan dalam menggunakan jasa pengiriman barang *J&T Express* di Kabupaten Tulungagung adalah ketepatan waktu, kualitas pelayanan yang baik, tarif yang terjangkau, lokasi yang dekat dengan tempat tinggal, fasilitas yang memudahkan, dan alasan lainnya.
4. Terdapat pengaruh terhadap frekuensi penggunaan, nominal harga barang yang dikirimkan, rata-rata pengeluaran dengan pemilihan penggunaan jasa pengiriman barang.

6.2 Saran

Pada penelitian selanjutnya yang akan datang diharapkan agar memperluas objek penelitian. Dapat juga dilakukan penelitian

terhadap faktor-faktor lain agar lebih melengkapi penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Azwar, Saifudin. 1986. *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bambang pranoto. 2008. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor. *Jurnal Ilmiah Faktor Extra* Vol.1 No. 2 September 2008
- Basu Swastha DH., 1996. *Asas-asas Marketing*, Edisi III, Cetakan Kedua, Liberty, Yogyakarta.
- Bitner, Zeithaml. 2003. *Reasessment Of Expectations As A Comparison Standar In Measuring Service Quality*: Implication For Futher Reseach. *Journal Of Marketing*.
- Djaslim, Saladin. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Linda Karya. Bandung.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Fauziah, A. 2018. Nih, Kurir Pilihan Pembaca Digation. (digation.id) <https://www.digation.id/read/011787/nih-kurir-pilihan-pembaca-digation>
- Gay, L. R., and P. L. Diehl. (1996). *Research Methods For Business and Management. International Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Gudono. 2014. *Teori organisasi*. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.
- Grahanusa Mediatama. 2020. J&T express catat kenaikan jumlah pengiriman barang sebesar 40% sejak pandemi. [kontan.co.id. https://industri.kontan.co.id/news/jt-express-catat-kenaikan-jumlah-pengiriman-barang-sebesar-40-sejak-pandemi](https://industri.kontan.co.id/news/jt-express-catat-kenaikan-jumlah-pengiriman-barang-sebesar-40-sejak-pandemi)

- Grahanusa Mediatama. 2020. JNE bukukan pertumbuhan volume pengiriman 20% hingga September 2020. [kontan.co.id. https://industri.kontan.co.id/news/jne-bukukan-pertumbuhan-volume-pengiriman-20-hingga-september-2020](https://industri.kontan.co.id/news/jne-bukukan-pertumbuhan-volume-pengiriman-20-hingga-september-2020)
- Hafizha, Salma & Abdurrahman, & Nuryani, Hanifa. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Kachigan, S. K. 1986. *Statistical Analysis*. New York: Radius Press.
- Kotler, Philip 2004. *Marketing Management*, The Millenium Edition. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip & K. L. Keller. 2006. *Marketing Management*. 12th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey. Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock.C & Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widyantoro, Cetakan Kedua, Jakarta; PT. INDEKS.
- Mosahab, R., Mahamad, O., Ramayah, T., 2010. *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation*
- Rahayu, Puji & Nurul, Alfian. 2018. Pengaruh Faktor Harga, Tempat Dan Waktu Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa PT. JNE Pamekasan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

- Suharno & Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Suryanto, Mikael Hang. 2016. *Metode Riset & Analisis Saluran Distribusi*. Jakarta : Grasindo
- Supranto, J, dan Nandan Limakrisna. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media.
- Supranto J. 2010. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: UI Press.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Top Brand Award. 2020. *Jasa kurir fase 2*. Top Brand Award. <https://www.topbrandaward.com/en/2020/06/jasa-kurir-fase-2-2020/>
- Top Brand Award. 2020. *Jasa kurir fase 2*. Top Brand Award. <https://www.topbrandaward.com/en/2019/07/jasa-kurir-fase-2-2019/>
- Usman & Sobari. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Walizer, Michael. 1987. *Metode dan Analisis Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Zeithaml, Bitner, dan Gremler. 2009. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.