

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai hubungan perilaku konsumen dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian pada PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier, dapat ditarik kesimpulan umum, bahwa Perilaku konsumen dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier secara bersama-sama terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Adapun penulis mendapatkan beberapa kesimpulan lain, yakni:

1. Perilaku konsumen yang terjadi terhadap PT. Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier saat ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung mengevaluasi pengalaman mereka setelah melakukan pembelian. Jika pelayanan yang diterima memenuhi atau melebihi harapan mereka, maka mereka lebih cenderung untuk melakukan pembelian di masa depan.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia terbukti memiliki hubungan yang signifikan dengan keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian saat ini, akan tetapi juga berperan penting dalam membangun loyalitas konsumen. Pelayanan yang memuaskan dapat mendorong konsumen untuk kembali menggunakan jasa yang sama.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka peneliti maka mempunyai saran bagi perusahaan maupun penulis selanjutnya:

1. PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier dapat meningkatkan penjualan mereka dengan memperhatikan faktor perilaku konsumen saat ini yang menginginkan kecepatan pengiriman, sehingga dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan kecepatan pelayanan yang lebih efektif.

2. PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Hal ini dapat dilakukan melalui program pelatihan karyawan, peningkatan fasilitas, dan penerapan teknologi yang memudahkan proses pelayanan. Dengan kualitas pelayanan yang lebih baik, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian, seperti faktor eksternal (misalnya, kompetisi, tren pasar) atau faktor internal (misalnya, motivasi dan sikap konsumen). Penelitian yang lebih komprehensif dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika pasar.



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, T. & T. F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Chandra. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty Chandra*. CV IRDH.
- Edhie Rachmad, Y., Sri Sudiarti, C., La Ode Turi Dewi Endah Fajariana, M., Yudo Kisworo, Mp., Ryan Firdiansyah Suryawan, M., Hendy Tanadi Kusnadi Eka Susilawati, M., Rio Rahmat Yusran, M. S., & Sri Juminawati, Ms. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN*. CV BUDI UTAMA.
- Hidayat, D. (2022). *Pemasaran Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Hurriyati. (2008). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran*. Alfabeta.
- Hurriyanti, R. (2019). *Bauran Pemasaran Jasa*. CV ALFABETA.
- Hermawanto, A. (2020). *Globalisasi, Revolusi Digital dan Lokalitas: Dinamika Internasional dan Domestik di Era Borderjess World*. LPPM UPN "Veteran"
- Imam Ghozali, D. R. (2017). *Analisis multivariat dan ekonometrika: teori, konsep, dan aplikasi dengan eviiew 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali, D. R. (2018). *Analisis multivariat dan ekonometrika: teori, konsep, dan aplikasi dengan eviiew 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kamiruddin Abdullah, M. J. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Kotler, Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.
- Kotler, Armstrong. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Keller. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Nuraeni, H. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern*. Deepublish.
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *PERILAKU PERILAKU KONSUMEN T E O R I*. PT. Nasya Expanding Management.

- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, C. (2016). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Wahyudi. (2023). *Metode Penelitian*. PT Mifandi Mandiri Digital.
- Sugiyono, P. (2018). *Quantitative, qualitative, and R&D research methods*. Bandung:(ALFABETA, Ed.).
- Sugiyono, S. (2019). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Zusrony, E., & Kom, M. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*. Yayasan Prima Agus Teknik.

Jurnal

- Akbar, M. A. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Bangka Terang Bulan Arum Medan.
- Adhim, Chairul (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 4 Nomor 1, Tahun 2020.
- Danadipa Aji, A., Nurasa, H., & Weti Isnawaty, N. (2023). KINERJA PEGAWAI PELAYANAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) ASIA AFRIKA BANDUNG. *Jurnal Administrasi Negara*, 14(2), 574–580.
- Duha, M. G. P. D. dan T. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 297–308.
- Ghofur, A., Muhtarom, A., Zulyanti, N. R., & Arif, M. (2022). Analisis Consumer Behavior, Service Quality, Company Image, And Price Terhadap Purchase Decision Menggunakan Aplikasi Go-Jek Fitur Go-Food Di Masa Kebiasaan Baru (Studi Pada Karyawan Pt. Citra Adi Sarana Indonesia Cabang Gresik). *Media Trend*, 17(1), 106–110.
- Hanum, Z. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*. Vol. 6, No. 1. Politeknik LP3I Medan.
- Hasugian. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan. *Jurnal Mirai Management*.

- Hermawanto, A. &. (2020). *Globalisasi, Revolusi Digital dan Lokalitas: Dinamika Internasional dan Domestik di Era Borderless World*. LPPM UPN "Veteran".
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645.
- Nurhalim, A. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Tangerang. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 51–59.
- Pratiwi, A. E., & Sardanto, R. (2023). Keputusan Pembelian Di Toko Agro Mart Puncu Kediri : Peran Harga , Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 711–719.
- Putri, Y. M. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, HARGA DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI GRAND WAHID HOTEL SALATIGA. *Jurnal Among Makarti Vol. 14 No. 1*, 97.
- Sudarto, A., & Rumita, R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. POS Indonesia KPC Surabaya Selatan). *Industrial Engineering Online Journal*, 4(1), 1–11.
- Salmah, N. N. (2015). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIKASARI AYUPADA TOKO LA TAHZAN PALEMBANG. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*.
- Seni, R. (2017). THEORY OF PLANNED BEHAVIOR UNTUK MEMPREDIKSI NIAT BERINVESTASI. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6.12, 4046.
- T, E., & Ahyar, J. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda (Studi Kasus Di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2), 47–55.
- Umar, J. T., Baja, L., Batam-Indonesia, K., Harahap, M. H., Al Amin, R., &

- Wibowo, E. A. (2021). UNIVERSITAS IBNU SINA (UIS).
- Winda Putri Dharmawan, F. O. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Makanan pada Aplikasi Gojek. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 130–140.
- Widayanto, M. T. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Pada PT Pos Indonelsia Cabang Probolinggo). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Volumel 4 No. 1*.

Dokumen-Dokumen Lainnya

- Indonesia, P. (2024, 10). *Sejarah Pos*. Diambil kembali dari Pos:
<https://www.posindonesia.co.id/id/pages/sejarah-posind>
- Pos. (2024, 10). *Sejarah Pt Pos Indonesia*. Diambil kembali dari Sejarah pos:
<https://www.posindonesia.co.id/id/pages/sejarah-posind>
- Pos. (2024, 10). *Visi, misi, tujuan nilai*. Diambil kembali dari pos.indonesia:
<https://www.posindonesia.co.id/id/pages/visi-misi-tujuan-dan-tata-nilai>
- PosAja. (2024, 10). *Pos*. Diambil kembali dari Aplikasi Pos Aja:
<https://posaja.co.id/blog/promo/7/ada-fitur-apa-aja-di-aplikasi-posaja>
- PosAja! (2023, Juli 01). Diambil kembali dari PosAja!:
<https://posaja.co.id/blog/promo/7/ada-fitur-apa-aja-di-aplikasi-posaja>

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A