

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Universitas Negeri Jakarta pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dari bulan Oktober 2015 sampai dengan Februari 2016 membuktikan bahwa:

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian jasa fotokopi KOPMA UNJ pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Jika kualitas pelayanan baik maka keputusan pembelian akan meningkat.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara lokasi dengan keputusan pembelian jasa fotokopi KOPMA UNJ pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Jika lokasi baik maka keputusan pembelian akan meningkat.
3. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi dengan keputusan pembelian jasa fotokopi KOPMA UNJ pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Jika kualitas pelayanan dan lokasi baik maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
4. Hubungan antara kualitas pelayanan dan lokasi dengan keputusan pembelian diperoleh dari hasil determinasi (R^2) sebesar 0,637. Jadi kemampuan dari variabel kualitas pelayanan dan lokasi untuk menjelaskan keputusan pembelian secara simultan sebesar 63,7%

sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan dan lokasi.

A. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi dengan keputusan pembelian jasa fotokopi KOPMA UNJ pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi sangat menentukan dalam peningkatan keputusan pembelian.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pada variabel keputusan pembelian, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator internal sebesar 14,73%. Oleh karena itu dalam meningkatkan keputusan pembelian maka KOPMA UNJ harus mampu mengenali kebutuhan internal para pengguna jasa fotokopi di KOPMA UNJ. Sedangkan indikator keputusan pembelian terendah adalah indikator membandingkan dengan produk lain yaitu sebesar 10,1%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan keputusan pembelian KOPMA UNJ harus dapat lebih meyakinkan calon pembeli untuk menggunakan jasa fotokopi di KOPMA UNJ dengan memberikan penawaran yang menarik dan kualitas yang terbaik dari segi pelayanan maupun produk sehingga calon pembeli semakin yakin bahwa jasa fotokopi di KOPMA UNJ adalah pilihan terbaik.

Pada variabel kualitas pelayanan indikator tertinggi adalah keamanan sebesar 9,89%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam

meningkatkan keputusan pembelian Koperasi Mahasiswa UNJ harus memberikan jaminan keamanan yang tinggi kepada setiap pengguna jasa fotokopi di KOPMA UNJ. Sedangkan indikator terendah dari kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa terhadap jasa fotokopi di KOPMA UNJ adalah indikator kesigapan sebesar 8,18%. Hal ini menunjukkan bahwa ketanggapan dari karyawan masih kurang, Maka dari itu, untuk meningkatkan pembelian, sebaiknya Koperasi Mahasiswa UNJ memberikan respon yang sigap dalam memenuhi permintaan pelanggan.

Pada variabel lokasi, indikator tertinggi adalah indikator lingkungan sebesar 22,47%. Dalam hal ini Koperasi Mahasiswa sudah memikirkan tentang lingkungan sekitar lokasi usaha. Sedangkan indikator terendah dari variabel lokasi yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah indikator kompetisi sebesar 11,38%. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pembelian pada mahasiswa diperlukan strategi bisnis yang bagus agar dapat bersaing dengan jasa fotokopi lain.

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan keputusan pembelian jasa fotokopi KOPMA UNJ, maka KOPMA UNJ harus memberikan pelayanan yang terbaik dan menempatkan usaha pada lokasi yang strategis sehingga pembeli dapat dengan mudah memutuskan pilihannya untuk menggunakan jasa fotokopi di KOPMA UNJ.

B. Saran

Berdasarkan implikasi di atas, saran yang dapat peneliti berikan untuk Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta adalah sebagai berikut :

1. Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sebaiknya menyediakan peralatan yang lengkap dan lebih memperhatikan pelanggan untuk memberikan plastik pembungkus kertas hasil fotokopi.
2. Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta harus lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan sebagai mahasiswa dan lebih memberikan penawaran yang menarik agar calon pembeli tidak membandingkan dan tidak ragu dalam memilih fotokopi di KOPMA UNJ. Misalnya dengan adanya Diskon untuk cetakan di atas 50 lembar.
3. Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sebaiknya memberikan pelatihan atau pendidikan kepada karyawan agar karyawan lebih dapat memperhatikan dan melayani konsumen dengan sigap sesuai dengan permintaan konsumen sehingga menghasilkan kepuasan dalam diri konsumen yang secara tidak langsung akan mempengaruhi keuntungan usaha.
4. Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta harus memperhatikan pesaing-pesaing yang berada tidak jauh dari lokasi usahanya dan harus mempunyai strategi bisnis yang bagus untuk mendapatkan lebih

banyak konsumen misalnya dengan promo khusus atau suatu kompetisi.

5. Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta juga harus memperhatikan papan/plang nama usaha agar terlihat dengan jelas kepada seluruh mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta bahwa di lokasi tersebut ada usaha jasa fotokopi.