

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Bagian ini merupakan bab terakhir dari laporan penelitian ini yang berisi kesimpulan hasil penelitian secara keseluruhan serta implikasi dari penelitian yang telah dilakukan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan dua teknik analisis, yaitu pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik *path analysis* dan teknik analisis regresi berganda.

Pengujian hipotesis menggunakan metode *path analysis* untuk melakukan analisis pengujian hipotesis secara simultan (keseluruhan) dan secara parsial (individual). Melalui hasil pengujian baik secara simultan dan parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran memberikan hasil yang signifikan pada keputusan konsumen menggunakan jasa warnet di Cyber Park. Dengan kata lain, variabel Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet.

Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis regresi berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet di Cyber Park. Hasil Adjusted R Square atau koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran terhadap keputusan konsumen yaitu sebesar 41,7% dan sisanya

sebesar 58,3% dipengaruhi oleh faktor lain selain Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran.

➤ Kesimpulan : Berdasarkan kedua hasil pengujian hipotesis tersebut baik menggunakan teknik *path analysis* model regresi berganda maupun dengan teknik analisis regresi berganda, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa kedua variabel independen yaitu variabel Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan konsumen atau dengan kata lain :

1. Pada pengujian dengan teknik Path Analysis → terdapat pengaruh yang signifikan antara Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Cyber Park.
2. Pada pengujian dengan teknik analisis regresi berganda → terdapat pengaruh yang signifikan antara Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Cyber Park.

Hasil analisis nilai korelasi atau R diketahui sebesar 0,653 maka variabel Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran dengan variabel Keputusan Konsumen memiliki keeratan korelasi yang kuat dan positif. Hal ini berarti bahwa jika variabel X mengalami kenaikan maka variabel Y juga akan mengalami kenaikan, sehingga kenaikan maupun penurunan salah satu dari

kedua variabel tersebut akan diikuti kenaikan atau penurunan variabel lainnya karena pengaruhnya positif dan searah.

- Kesimpulan : Terdapat hubungan atau korelasi yang kuat dan searah antara variabel Bauran Pemasaran (X_1) dan Non Bauran Pemasaran (X_2) dengan variabel Keputusan Konsumen (Y).

Dari persamaan regresi yang telah dibuat, diketahui bahwa keputusan konsumen (Y) akan meningkat apabila variabel Bauran Pemasaran (X_1) dan Non Bauran Pemasaran (X_2) ditingkatkan. Koefisien regresi untuk variabel Bauran Pemasaran (X_1) adalah 0,180 berarti lebih kecil daripada koefisien regresi untuk variabel Non Bauran Pemasaran (X_2) yaitu sebesar 0,526.

Maka dapat disimpulkan bahwa :

- Variabel Non Bauran Pemasaran (X_2) dalam penelitian ini mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa warnet di Cyber Park.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penelitian ini dinilai dapat membantu pihak manajemen Cyber Park mengetahui sejauh mana Unsur Bauran Pemasaran dan Non Bauran Pemasaran turut berperan dalam hal keputusan seorang konsumen menggunakan jasa di warnet. Hal ini dapat menjadi suatu peluang bagi pihak pengelola warnet untuk menyusun strategi-strategi selanjutnya dalam rangka mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Penelitian ini membantu pihak pengelola warnet untuk

mengetahui serta memahami faktor-faktor perilaku konsumen apa saja yang dapat mempengaruhi seorang konsumen dalam membuat keputusan pemakaian jasa warnet baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga, faktor-faktor perilaku konsumen tersebut harus direncanakan dengan baik oleh pengelola warnet agar berhasil dalam mencapai tujuannya, mengembangkan keunggulan bersaing, dan berusaha untuk menjadi tempat yang diutamakan konsumen untuk menggunakan akses internet yang nantinya akan mengarah kepada pemakaian ulang. Kemampuan dalam memberikan pelayanan yang baik juga menjadi suatu hal penting yang perlu diperhatikan serta ditingkatkan oleh pihak pengelola warnet, karena yang dapat menaikkan minat berperilaku positif terhadap suatu perusahaan termasuk warnet.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti dengan sebaik-baiknya dan dengan kesungguhan yang maksimal, namun tidak menutup kemungkinan adanya suatu keterbatasan dalam penelitian ini. Adapun hal keterbatasan yang dapat dijadikan pertimbangan bagi peneliti berikutnya, adalah sebagai berikut :

1. Karena keterbatasan waktu dan kemampuan dari dalam diri peneliti, maka penelitian di lapangan dilaksanakan dalam tempo yang tidak terlalu lama. Sehingga proses pengumpulan data melalui kuesioner sangat terbatas dan

dapat memberi akibat kurang dalamnya pengetahuan data lapangan oleh peneliti.

2. Karena penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Maka tidak menutup kemungkinan data yang diolah terjadi dapat saja karena responden dalam mengisi jawaban pada kuesioner cenderung untuk menyenangkan peneliti, membela diri responden, dan terburu-buru.
3. Variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah variabel Bauran Pemasaran (*person, process, physical evidence*), dan variabel Non Bauran Pemasaran yang meliputi faktor individu konsumen (motivasi, persepsi, sikap) dan faktor pengaruh lingkungan (budaya, kelompok acuan). Peneliti menyadari masih ada variabel-variabel lain di luar yang diduga mampu mempengaruhi keputusan pemakaian jasa warnet yang tidak diambil peneliti. Sehingga dimungkinkan memunculkan hasil penelitian lain apabila peneliti lain menambahkan variabel-variabel lain selain yang digunakan peneliti dalam penelitian ini.
4. Penelitian ini menggunakan subyek penelitian yang hanya terbatas pada konsumen pengguna jasa sebuah warnet sehingga tidak mutlak dapat digunakan sebagai dasar kesimpulan secara umum, sedangkan apabila peneliti lain menggunakan subyek yang lebih luas serta dengan jumlah sampel atau responden yang lebih banyak dari penelitian ini, hasilnya akan berbeda.

5.4. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pihak warnet harus mampu meningkatkan konsistensi jasa yang diberikan, khususnya dalam hal koneksi internet, sehingga dalam melakukan *browsing* tidak terjadi *disconnect* ataupun *lag* yang tidak diharapkan oleh konsumen.
2. Pihak warnet harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan serta kinerja karyawan yang sudah baik, agar konsumen tetap merasa puas dalam menggunakan jasa di warnet Cyber Park.
3. Pihak pengelola warnet perlu mengubah sistem *member* yang sebelumnya diberlakukan, karena ternyata hal tersebut ‘dianggap mahal’ oleh sebagian besar konsumen dan tentunya tidak memuaskan konsumen.