

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor -faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan jasa titip, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Mayoritas responden dalam penelitian adalah wanita berusia 20 - 21 tahun dengan pengeluaran rata-rata per bulan Rp 500.001 – Rp. 1.000.000 dan menggunakan jasa titip lebih dari 2 kali dalam enam bulan terakhir.
- 2) Analisis faktor menghasilkan 4 (empat) faktor yang diidentifikasi dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa titip online shop yaitu :
  - a. Faktor I Banyaknya Merek Produk memiliki variabel : banyaknya merek produk yang di tawarkan , kepercayaan, promosi, jaminan keaslian produk dengan jumlah presentase varian sebesar 18,946%
  - b. Faktor II Memperoleh produk yang sulit : memperoleh produk yang sulit di dapat, rekomendasi teman, pelayanan ramah dengan jumlah presentase varian sebesar 18,873%
  - c. Faktor III Praktis : praktis, menghemat waktu, dan selalu update dengan jumlah presentase varian sebesar 14,942%
  - d. Faktor IV Testimony : berdasarkan testimony dan respon cepat dengan jumlah presentase varia sebesar 14,197%

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka berikut ini adalah saran yang dapat diberikan :

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa banyaknya merk produk yang ditawarkan menjadi faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa Unika Soegijapranata dalam melakukan jasa titip. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pertimbangan penjual jasa titip untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Jasa titip dengan cara menjamin keaslian produk dan melakukan promosi – promosi yang menarik seperti setiap pembelian 10 pcs mendapatkan hadiah berupa satu barang dengan merk yang sama.
2. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa selain banyaknya merk yang ditawarkan menjadi faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa Unika Soegijapranata dalam melakukan jasa titip memperoleh produk yang sulit di dapat merupakan faktor kedua yang dominan. Hasil penelitian ini diharapkan bagi penjual jasa titip untuk mencari konsumen dengan cara meminta konsumen yang telah melakukan jasa titip agar merekomendasikan ke teman – teman mereka.
3. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Praktis menjadi factor yang mempengaruhi mahasiswa Unika Soegijapranata dalam melakukan jasa titip. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pertimbangan penjual jasa titip untuk menghemat waktu konsumen dalam berbelanja dan konsumen dapat selalu update informasi – informasi terbaru mengenai produk yang akan di pesan.

4. Testimony juga mempengaruhi konsumen dalam membeli produk, diharapkan untuk kedepannya penjual jasa titip mampu membuat hasil testimony lebih menarik, seperti video tentang detail produk, respon penjual yang cepat agar konsumen percaya terhadap jasa yang ditawarkan

### **5.3 Rekomendasi untuk penelitian yang akan datang**

1. Untuk penelitian yang akan datang perlu juga menggunakan data dan sampel yang lebih luas tidak hanya di kampus Unika soegijapranata saja
2. Perlunya peningkatan lebih jauh dan mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen menggunakan jasa titip tidak hanya 15 faktor saja mungkin dengan perkembangan ke depannya bisa saja ada lebih dari 15 faktor yang terbentuk
3. Hasil ini dapat di gunakan sebagai referensi untuk mendalami lebih jauh mengenai faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa titip