
BAB V P E N U T U P

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Besarnya hubungan antara fasilitas dengan keputusan konsumen ditunjukkan koefisien korelasi adalah $r_{X1Y} = 0,78004$ (kuat). Setelah diuji dengan uji t terbukti signifikan, yaitu $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($14,9292 > 1,671$) pada taraf signifikan (α) = 5%. Berarti hipotesis yang menyatakan ada hubungan yang kuat antara variabel fasilitas dengan keputusan konsumen dapat diterima. Artinya fasilitas mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet di “Muradinet”
2. Besarnya hubungan antara pelayanan dengan keputusan konsumen ditunjukkan koefisien korelasi adalah $r_{X2Y} = 0,67279$ (kuat). Setelah diuji dengan uji t terbukti signifikan, yaitu $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($12,0847 > 1,671$) pada taraf signifikan (α) = 5%. Berarti hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara pelayanan dengan keputusan konsumen dapat diterima. Artinya pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet di “Muradinet”.

3. Besarnya hubungan antara harga dengan keputusan konsumen ditunjukkan koefisien korelasi adalah $r_{X_3Y} = 0,70848$ (kuat). Setelah diuji dengan uji t terbukti signifikan, yaitu $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($13,5607 > 1,671$) pada taraf signifikan $(\alpha) = 5\%$. Berarti hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara harga dengan keputusan konsumen dapat diterima. Artinya harga mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet di “Muradinet”

Besarnya hubungan antara lokasi dengan keputusan konsumen ditunjukkan koefisien korelasi adalah $r_{X_4Y} = 0,58044$ (sedang). Setelah diuji dengan uji t terbukti signifikan, yaitu $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($5,0644 > 1,671$) pada taraf signifikan $(\alpha) = 5\%$. Berarti hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara lokasi dengan keputusan konsumen dapat diterima. Artinya lokasi mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet di “Muradinet”.

Besarnya hubungan antara Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Harga (X_3) dan Lokasi (X_4) dengan Keputusan Konsumen dalam menggunakan layanan jasa Internet di Warnet “Muradinet” (Y) secara bersama-sama sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien korelasi dalam koefisien konkordansi Kendall adalah $W = 0,905$ (sangat kuat), setelah diuji dengan uji Chi-Square pada taraf signifikan $(\alpha) = 5\%$ ternyata $\chi^2\text{-hitung} > \chi^2\text{-tabel}$ ($217,235 > 9,488$). Berarti ada hubungan antara fasilitas, pelayanan, harga dan lokasi dengan

keputusan konsumen dalam menggunakan layanan jasa Internet di Warnet “Muradinet” secara bersama-sama, dan hipotesis dapat *diterima*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diperoleh maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Harga mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan konsumen atau pelanggan dalam menggunakan layanan jasa internet di warnet “Muradinet”, oleh sebab itu perusahaan perlu mengadakan kebijakan mengenai harga, karena selama ini ternyata harga di “Muradinet” lebih murah dibanding dengan warnet-warnet lain disekitarnya . Selain itu untuk menjaring konsumen baru yang lebih banyak lagi warnet “Muradinet” perlu memberlakukan kebijakan seperti memberikan potongan harga (diskon), memberikan harga spesial dan memberikan kupon gratis bagi konsumen atau pelanggan yang sudah memanfaatkan Warnet “Muradinet” dalam frekuensi tertentu misalnya 5 kali. Karena kebijakan tersebut dapat merangsang pengguna internet didaerah sekitar warnet tersebut untuk menggunakan jasa internet di “Muradinet” .
2. Pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet di warnet “Muradi Net”. Untuk itu sebaiknya

Warnet “Muradinet” semakin meningkatkan pelayanannya, seperti kecekatan pramuniaga dalam menjalankan tugasnya, dengan pengetahuan yang mereka miliki dapat memberikan informasi serta dapat mengatasi masalah yang timbul dan memberikan keramahan/kesopanan kepada pengguna warnet. Hal ini sangat penting karena akan menimbulkan simpati dan juga pengguna jasa akan semakin senang dan bangga apabila mendapatkan perhatian dari pramuniaga, paling tidak terdapat komunikasi yang baik dengan konsumen.

3. Mengingat fasilitas mempunyai hubungan yang paling kuat dengan keputusan konsumen atau pelanggan dalam menggunakan layanan jasa Internet di Warnet “Muradinet”, maka pihak manajemen seyogyanya lebih memperhatikan peningkatan layanan jasa Internet dengan meningkatkan fasilitas yang dibutuhkan konsumen atau pelanggan, yaitu dengan memperhatikan kenyamanan layanan komputer dengan memberikan fasilitas komputer dengan kecepatan akses yang cepat, dengan ditunjang oleh fasilitas printer/ mesin cetaknya yang memadai. Selain itu, penyediaan aksesoris yang lebih lengkap, tempat parkir yang luas dan aman, dan ruangan tunggu serta kamar kecil yang nyaman akan lebih mampu meningkatkan keputusan konsumen dalam menggunakan layanan jasa internet;

-
4. Perusahaan dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam menggunakan layanan jasa Internet dengan lebih memperhatikan pada sasaran yang dituju dan letak lokasinya dekat dengan sasaran tersebut. Sasaran yang dituju warnet “Muradinet” adalah masyarakat pengguna internet yang berada didaerah Semarang Barat. Kebijakan pemilihan lokasi yang strategis dan kemudahan untuk dijangkau merupakan pertimbangan atau bahan masukan untuk jangka panjang bagi perusahaan apabila akan mengembangkan usaha warnet tersebut. dalam

