BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *people* dan prommosi terhadap keputusan konsumen jasa produk PT. Indah Cargo Jambi dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, variabel *People* diperoleh skor rata-rata 335,25 dikategorikan baik, variabel *Process* diperoleh skor rata-rata 324,50 dikategorikan cukup baik, variabel *Physical Evidence* diperoleh skor rata-rata 343,38 dikategorikan baik, serta keputusan konsumen jasa diperoleh skor rata-rata 346,4 dikategorikan baik.
2. Berdasarkan hasil Uji-F menunjukkan bahwa variabel *people, process* dan *physical evidence* secara bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen jasa secara signifikan. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian Uji-F dengan nilai F-hitung (251,648) > F-tabel (3,09). Koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa 88,7% variabel *people, process* dan *physical evidence* mempengaruhi keputusan konsumen jasa dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.
3. Berdasarkan hasil Uji-t menunjukkan bahwa variabel *people, process* dan *physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen jasa dimana nilai t-hitung (*people*) = 2,763; t-hitung (*process*) = 3,098 dan t-hitung (*physical evidence*) = 9,792masing-masing lebih besar dibandingkan dengan t-tabel = 1, 66071.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil peneltiian dan pembahasan, maka dapat disarankan bahwa:

1. Pada variabel keputusan konsumen jasa terkait konsumen memilih jasa di PT. Indah Cargo Jambi karena transaksi yang mudah memiliki skor paling rendah. Sehingga pentingnya bagi perusahaan lebih meningkatkan kecepatan dan kenyamanan transaksi bagi konsumen. PT. Indah Cargo Jambi juga diharapkan mampu memberikan prediksi biaya dan waktu servis, bisa melakukan komunikasi rutin terkait perubahan atau perkembangan dalam pengiriman, dan karyawan lebih baik menggunakan tanda pengenal ssaat bekerja. Sehingga konsumen merasa puas dan mempercayakan jasa ekspedisi di PT. Indah Cargo Jambi.
2. Kepada peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas objek penelitian sehingga dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap dan lebih luas mengenai *people, process* dan *physical evidence* terhadap keputusan konsumen jasa, seperti menambah variabel independen lainnya.