

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Studi ini bermaksud mempelajari bagaimana Kualitas Layanan, Citra Merek mempengaruhi Keputusan Pembelian melalui Minat Beli jasa ekspedisi Pos Indonesia dengan studi kasis para konsumen generasi z. Hasil Studi ini bermaksud untuk menentukan pentingnya kualitas layanan dan persepsi merek dalam proses pengambilan keputusan pembelian melalui minat beli jasa ekspedisi pos indonesia. Hasil penelitian ini mencakup hal-hal berikut:

1. Pengaruh Keputusan pembelian mempengaruhi kualitas layanan jasa ekspedisi Pos Indonesia.

Sesuai dengan hasil penelitian ini bahwasanya keputusan Pembelian konsumen terjadi karena pengaruh Kualitas Layanan, sehingga, dapat disimpulkan memiliki dampak signifikan dan positif.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli jasa ekspedisi Pos Indonesia.

Sesuai dengan hasil , Kualitas Layanan memengaruhi Minat Beli jasa ekspedisi Pos Indonesia.

3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian jasa ekspedisi Pos Indonesia.

Sesuai dengan hasil dari data yang telah di uji bahwa keputusan Pembelian konsumen terjadi karena adanya pengaruh Citra Merek, sehingga kesimpulannya adalah Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian jasa ekspedisi Pos Indonesia.

4. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat beli jasa ekspedisi Pos Indonesia.

Sesuai dengan penelitian ini menemukan bahwa, Citra Merek memengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan, oleh karena itu kesimpulannya yaitu, Citra Merek memiliki dampak signifikan dan positif terhadap Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa ekspedisi Pos Indonesia.

5. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian jasa ekspedisi Pos Indonesia

Sesuai dengan penelitian ini menemukan bahwa Keputusan Pembelian terjadi karena adanya Minat Beli dengan demikian, dapat ditarik keimpulan yaitu Minat Beli memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian jasa ekspedisi Pos Indonesia.

6. Pengaruh Minat Beli memediasi hubungan antara Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian jasa ekspedisi Pos Indonesia

Sesuai dengan penelitian ini kesimpulannya yaitu kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, dengan Minat Beli sebagai variabel mediasi jasa ekspedisi Pos Indonesia.

7. Pengaruh Minat Beli memediasi hubungan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian jasa ekspedisi Pos Indonesia

Sesuai dengan Penelitian ini menemukan Citra Merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli jasa ekspedisi Pos Indonesia.

5.2. Saran

Penelitian ini telah mengungkap keterkaitan antara kualitas layanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian jasa ekspedisi PT Pos Indonesia, melalui minat beli sebagai variabel mediasi. Namun, masih terdapat ruang untuk meningkatkan pemahaman kita tentang fenomena ini. Oleh karena itu, peneliti menyarankan untuk mempertimbangkan beberapa hal berikut:

1. Bagi PT Pos Indonesia, supaya mempertahankan kualitas pelayanan jasa ekspedisi dengan tetap menjaga standar pelayanan seperti: kebersihan penampilan petugas, meningkatkan keramahan dalam memberikan layanan, dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap segala keluhan konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan berbanding lurus dengan peningkatan minat pembelian jasa dan keputusan konsumen.
2. Dari segi citra merek agar Citra Merek selalu terjaga dengan baik serta dapat berkompetisi dengan jasa pengiriman lainnya, maka PT Pos Indonesia perlu

menciptakan kesan baik pada citra merek, Sampai konsumen dapat merasakan keuntungan saat memanfaatkan layanan ekspedisi PT Pos Indonesia.

3. Dari segi Minat Beli, jasa ekspedisi PT Pos Indonesia harus selalu meningkatkan pembaruan serta inovasi baru pada setiap aspek layanan, citra merek dan aspek lainnya agar calon konsumen baru dapat memberi perhatian kepada layanan jasa ekspedisi dan mendapatkan loyalitas kepada konsumen yang telah memanfaatkan layanan ekspedisi Pos Indonesia.
4. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti berharap untuk menambahkan variabel selain kualitas pelayanan, citra merek mengenai keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli jasa ekspedisi dan diharapkan dapat memperluas subjek penelitian untuk mencakup lebih banyak subjek menarik yang berkaitan dengan jasa ekspedisi, seperti fenomena pasar yang mengubah jasa ekspedisi.