

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan model *Ordinary Least Squares* untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa kurir di Pos Indonesia Cabang Tanjung Karang, Bandar Lampung dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Variabel tarif atau harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan jasa kurir Kantor Pos Indonesia Cabang Tanjung Karang.

Berdasarkan hasil perhitungan elastisitas diperoleh nilai sebesar -0,32. Hal ini menunjukkan jika tarif atau harga menurun 1% maka jumlah permintaan jasa kurir akan meningkat sebesar 32%.

2. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa kurir Kantor Pos Indonesia Cabang Tanjung Karang.

Berdasarkan hasil perhitungan elastisitas diperoleh nilai sebesar 0,48. Hal ini menunjukkan jika kualitas layanan meningkat 1% maka jumlah permintaan jasa kurir akan meningkat sebesar 48%.

3. Variabel pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan jasa kurir Kantor Pos Indonesia Cabang Tanjung Karang. Berdasarkan hasil

perhitungan elastisitas diperoleh nilai sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan jika

tingkat pendapatan meningkat 1% maka permintaan jasa kurir akan meningkat sebesar 0,1%.

4. Secara bersama-sama variabel tarif, kualitas layanan, dan pendapatan berpengaruh terhadap permintaan jasa kurir pengiriman di Kantor Pos Indonesia Cabang Tanjung Karang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan yang telah diberikan, maka dapat diberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan jumlah permintaan maka PT. Pos Indonesia dapat melakukan upaya peningkatan kualitas pelayanan yang disediakan. Misalnya dengan mengembangkan layanan *tracker* berbasis internet melalui website resmi PT. Pos Indonesia. Selain itu PT. Pos Indonesia juga dapat menyediakan jasa *packing* bagi konsumen yang ingin mengirimkan barang melalui Pos Indonesia.
2. Adanya inovasi maupun kerja sama terhadap pihak atau perusahaan penjualan retail online (*e-commerce*) seperti perusahaan Lazada, OLX, Tokopedia, dan lain sebagainya sebagai perusahaan penyedia jasa pengirimannya. Jika PT. Pos Indonesia ikut bekerja sama sebagai penyedia jasa pengiriman barang di layanan penjualan perusahaan tersebut maka jumlah permintaan jasa kurir PT. Pos Indonesia akan meningkat dan berdaya saing.
3. PT. Pos Indonesia adalah satu dari banyak perusahaan penyedia layanan jasa kurir. Untuk itu sebaiknya PT. Pos Indonesia meningkatkan promosi dan

*branding* untuk mempermudah calon pelanggan mengingat PT. Pos Indonesia sebagai perusahaan penyedia layanan jasa kurir yang dapat dipercaya.