

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan yang telah dikemukakan dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis data. Adapun kesimpulan serta saran yang relevan dengan hasil analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel *customer* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai *Sig* lebih kecil dari nilai 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), dan nilai *t* hitung lebih besar dari nilai *t* tabel ( $7.527 > 1.661$ ). Tingkat hubungan antara kedua variabel adalah kuat, dengan nilai persentase hubungan sebesar 37,6%.
2. Variabel *cost* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai *Sig* lebih kecil dari nilai 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), dan nilai *t* hitung lebih besar dari nilai *t* tabel ( $7.502 > 1.661$ ). Tingkat hubungan antara kedua variabel adalah kuat, dengan nilai persentase hubungan sebesar 37,4%.
3. Variabel *convienence* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai *Sig* lebih kecil dari nilai 0.05 ( $0.000 <$

0.05), dan nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel (8.018 > 1.661). Tingkat hubungan antara kedua variabel adalah kuat, dengan persentase hubungan antara variabel sebesar 40,6%.

4. Variabel *communication* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai *Sig* lebih kecil dari nilai 0.05 (0.000 < 0.05), dan nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel (7.167 > 1.661). Tingkat hubungan antara kedua variabel adalah sedang, dengan persentase hubungan antara variabel sebesar 35,3%.
5. Secara simultan variabel *customer*, *cost*, *convienence* dan *communication* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai *Sig* lebih kecil dari nilai 0.05 (0.000 < 0.05), dan nilai  $F$  hitung lebih besar dari nilai  $F$  tabel (17.061 > 2.47). Tingkat hubungan antara variabel adalah kuat, dengan persentase hubungan antara variabel sebesar 42,9%.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka butir-butir saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada Peneliti

Untuk penelitian berikutnya diharapkan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah sampel yang lebih banyak. Penggunaan data yang lebih akurat kemungkinan akan menghasilkan yang lebih baik.

2. JNE cabang Margasari Pulo Ampel Kabupaten Serang

Mengingat faktor *marketing mix* 4C merupakan hal yang dapat mempengaruhi minat pelanggan, maka hal ini perlu diperhatikan dengan seksama oleh pemilik JNE cabang Margasari Pulo Ampel dengan memerhatikan kembali faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelanggan.

