

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

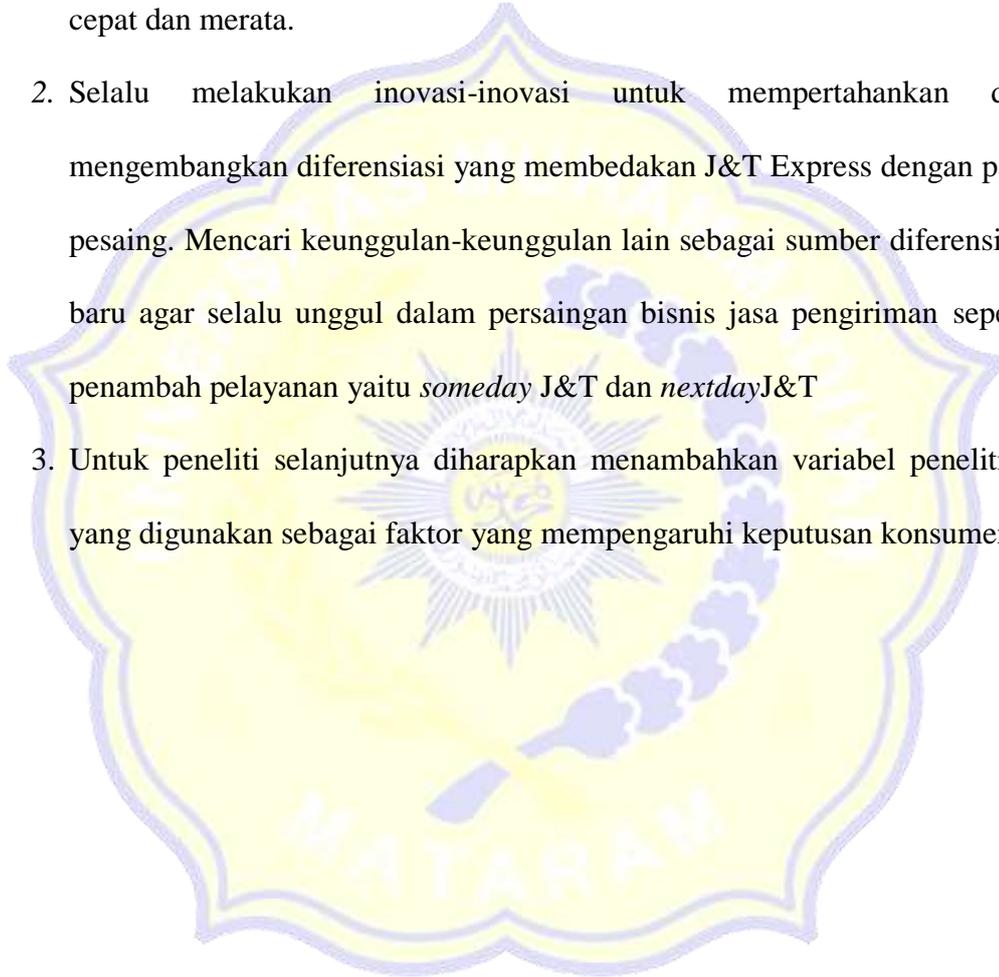
Dari hasil penelitian mengenai pengaruh strategi diferensiasi pada konsumen menggunakan perusahaan mengirim barang J&T Express Mataram, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. J&T Express memiliki keunggulan yang dapat dipahami secara garis besar yaitu dari segi pelayanan seperti garis jemput ditempat, harga regulur servis premium, melakukan pengirmankeseluruh indonesia tanpa pihak ketiga, operasi 24 jam atau 365 hari, *VIP Platform for VIP Customer*, *real time tracking sistem*, Aplikasi iOS & Android, 24 Jam *Hotline Service*, dan klaim lebih cepat, dimana proses pengiriman barang J&T lebih cepat dari pada pesaingnya.
2. Sebagian besar konsumen sudah mengetahui apa saja yang menjadi kelebihan J&T Express Mataram atau disebut dengan strategi diferensiasi, serperti garis jemput ditempat, harga regulur servis premium, melakukan pengiriman keseluruhan indonesia tanpa pihak ketiga, operasi 24 jam atau 365 hari, *VIP Platform for VIP Customer*, *real time tracking sistem*, Aplikasi iOS & Android, 24 Jam *Hotline Service*, dan klaim lebih cepat, dengan hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan perusahaan J&T Express Mataram

5.2 Saran

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, peneliti mempunyai beberapa saran untuk J&T Express Mataram yaitu:

1. Lebih memperluas wilayah jangkauan pengiriman, perlu penambahan jumlah *drop point* terutama di daerah-daerah pelosok agar pengiriman lebih cepat dan merata.
2. Selalu melakukan inovasi-inovasi untuk mempertahankan dan mengembangkan diferensiasi yang membedakan J&T Express dengan para pesaing. Mencari keunggulan-keunggulan lain sebagai sumber diferensiasi baru agar selalu unggul dalam persaingan bisnis jasa pengiriman seperti penambahan pelayanan yaitu *someday* J&T dan *nextday* J&T
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel penelitian yang digunakan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011), "*Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*" Bandung: Alfabeta
- Emzir (2010) "*Metode penelitian kualitatif analisis data*" Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Juraiz, A.M. (2011). "*Gaya kepemimpinan padadinas social kotaMakiasar*". Skripsi ekonomidanbisnis. Universitas hasanuddin, Makasar. Melalui <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/149>. Diakses, pada 3 November 2019
- Jamitko, RD. (2003). "*Manajemen Stratejik*, Malang: UMM Press.
- Kotler, P. (2002), "*Manajemen pemasaran, Edisi Millenium, jilid 1*" Jakarta: PT. Prebelindo
- Kartajaya, H. (2007), "*Positioning, diferensiasi, dan brand*" Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka.
- Kamila, F.N. (2014), "*pengaruh strategi diferensiasi terhadap keputusan pembeli pada (Choco.dol pada gerai prima rasa ciledug garut*" Skripsi. Fakultas pendidikan ekonomi dan bisnis universitas pendidikan indonesia Bandung. Diakses, pada 29 Oktober 2019
- Muntaha, A.S.; E. Sutrisna (2018), "*pengaruh strategi diferensiasi terhadap loyalitas konsumen bisnis jasa pengiriman PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru*". JOM FISIP Vol. 5: Edisi I. Diakses, pada 3 November 2019
- Prasetya, F. (2011), "*Analisis pengaruh diferensiasi, promosi, dan positioning terhadap keputusan pembelian*" Skripsi. Fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang. Melalui <http://eprints.undip.a.c.id/29166>. Diakses, pada 29 Oktober 2019
- Purwadari, E.; D. Kamener MBA.; Irda MA "*pengaruh strategi diferensiasi terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Pecel Lele Lela Cabang Padang*" Jurnal Universitas Bung Hatta. Diakses, pada 2 November 2019
- Purbarani, V.H (2013) "*analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, diferensiasi produk, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang*". Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Diakses, pada 2 November 2019
- Rimayati, A. (2009), "*analisis pengaruh diferensiasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian honda supra X 125 pada PT Astra*"

Motor slawi”Administrasi Bisnis Fisip Universitas Diponegoro. Melalui <http://eprints.undi.a.c.id/5658/>.Diakses, pada 29 Oktober 2019

Sinaga, D.S. (2015) “*Pengaruh Strategi Terhadap Kepuasan Konsumen (Kasus Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru)*”Pekanbaru: Universitas Riau. Diakses, pada 2 November 2019

Sugiyono (2015). “*Memahami Penelitian Kualitatif*” Bandung Cv. Alfabeta.

Umar, H. (2002) “*Riset pemasaran dan perilaku konsumen, cetakan kedua*” Jakarta: PT Granmedia Pustaka

Valiandri, B.A. (2016), “*pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing dirumah cantik sehat (RCSM) Gedongkuning yogyakarta*”Skripsi. Fakultas dakwah dan komunikasi Diponegoro Semarang. Diakses, pada 29 Oktober 2019

Yusdiana. (2008) “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih jasa pengirim pada PT. Pos Indonesia*” Skripsi. Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan. Melalui <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/4251>. diakses, pada 29 Oktober 2019

Yanti, P.Y.; K. Kirya.; M.A. Meitriana (2013), “*Pengaruh strategi diferensiasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha atau honda*”. Jurnal. Fakultas ekonomi dan bisnis universitas pendidikan ganesha singaraja. Melalui <https://media.neliti.com> diakses, pada 2 November 2019

<http://swa.co.id/swa/treds/management/jt-exspress-fokus-kembangkan-infastruktur-logistik> diakses, pada 29 Oktober 2019

LAMPIRAN-LAMPIRAN







UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI "B"
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 093/IL.3.AU/F/1/2020
Lamp. : Proposal Skripsi
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Mataram, 11 Jumadil Awwal 1441 H
07 Januari 2020 M

Kepada Yth : **Kepala J&T Express Mataram**

di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Ba'dalam, Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari, Amin.

Dalam rangka menyelesaikan syarat-syarat untuk mencapai kebulatan studi program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, maka para mahasiswa harus memenuhi Karya Ilmiah (Skripsi). Untuk keperluan tersebut kami mohonkan ijin bagi mahasiswa berikut:

1. N a m a : **LENI MARLINA**
2. N I M : **216120170**
3. Jurusan : **Administrasi**
4. Program Studi : **Administrasi Bisnis**
5. Tujuan : **Untuk Memperoleh Data**
6. Tema / Judul : **"Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Perusahaan Pengirim Barang (Studi Pada J&T Express Mataram)"**
7. Lokasi Penelitian : **Kepala J&T Express Mataram**

Demikian atas bantuan dan rekomendasi/izin bagi mahasiswa yang bersangkutan, kami khaturkan terima kasih.

Wabillahittaufiq Walhidayah
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dekan,

Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

Tembusan, disampaikan kepada Yth :

1. Rektor UMMAT (untuk maklum);
2. Saudara mahasiswa yang bersangkutan (untuk maklum);
3. Arsip.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Tlp. 639180-0633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Leni Marlina
NIM : 216120170
Konsentrasi : Perbankan
Dosen Pembimbing I : Drs. Mintasrihardi, M.H
Judul Skripsi : " Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan
Konsumen Menggunakan Perusahaan Pengirim Barang (Studi
Pada J&T Express Mataram)".

No	Hari dan Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	Klan 28/01/20	- Berbaiki kesin falan ngi	
2	Rab 29/01/20	- Ace	
3			

Mataram, 28 Januari 2020

Mengetahui,

Program Studi Administrasi Bisnis

Ketua

Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM
NIDN : 082810404

Dosen Pembimbing I

Drs. Mintasrihardi, M.H
NIDN : 0830016101



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Tlp. 639180-0633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Leni Marlina
NIM : 216120170
Konsentrasi : Perbankan
Dosen Pembimbing II: Selva S.E., M.Sc.
Judul Skripsi : " Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Perusahaan Pengirim Barang (Studi Pada J&T Express Mataram) "

No	Hari dan Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1		Penulisan	
2		Filosofi, Nominasi	
3		ACC	

Mataram, 23 Januari 2020

Mengetahui,

Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua

Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN : 082810404

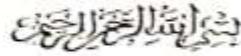
Dosen Pembimbing II

Selva S.E., M.Sc.
NIDN : 0811118601



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan K.H. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 - 633723 Mataram



Nomor : 171/II.3/AUF/II/2020 Mataram, 09 Jumadil Akhir 1441 H
Lamp. : Proposal Skripsi 05 Februari 2020 M
Hal : Mohon Sebagai Penguji Skripsi

Kepada
Yth : 1. Bapak Ibu Drs. Mintasrihardi, MH (PU)
2. Bapak Ibu : Selva, M.Sc (PP)
3. Bapak Ibu : Dr. H. Muhammad Ali, M.Si (PN)

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami sampaikan 1 (satu) exp Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, mohon dapat diuji

Hari / Tanggal : Rabu 05 Februari 2020
Pukul : 10.00 Wita - sampai selesai
Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fisip UMMAT

Adapun Mahasiswa tersebut :

Nama : LENI MARLINA
NIM : 216120170
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : *"Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Perusahaan Pengirim Barang (Studi Pada J&T Express Mataram)"*

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih

*Wabillahirraufiq Walhidayah
Wassalamu'alaikum Wr. Wb*


Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN 0806066801

Tembusan, disampaikan kepada Yth :
1. Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram di Tempat,
2. Arsip



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 - 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Pada hari ini Rabu Tanggal Lima Bulan Februari Tahun 2020 pukul 10.00 Wita telah diselenggarakan Ujian Skripsi bertempat di Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan LULUS / ~~BUKUK LULUS~~ dengan predikat ~~CUKUP~~ / ~~MEMUASKAN~~ / SANGAT MEMUASKAN. ~~SIAM LAUDE~~, Mahasiswa :

Nama : LENI MARLINA
NIM : 216120170
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : PERBANKAN
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : "Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Perusahaan Pengirim Barang (Studi Pada J&T Express Mataram)".

Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yg Diberikan
1	Drs. Mintasrihardi, M.H NIDN. 0830016101	PU	3,48
2	Selva, S.E., M.Sc NIDN. 0811118601	PP	3,24
3	Dr. H. Muhammad Ali, M.Si NIDN. 0806066801	PN	3,172
TOTAL			10,94

Jumlah IP 10,94 = 3,64
AI IP
Jmlh Penguji

Mataram, 05 Februari 2020

TEAM PENGUJI SKRIPSI

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 Drs. Mintasrihardi, M.H NIDN. 0830016101	 Selva, S.E., M.Sc NIDN. 0811118601	 Dr. H. Muhammad Ali, M.Si NIDN. 0806066801



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 633723 Mataram

BERITA - ACARA

ampiran Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Universitas Muhammadiyah Mataram

Nama : **LENI MARLINA**
 NIM : 216120170
 Jurusan : Administrasi
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Konsentrasi : PERBANKAN
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
 Judul Skripsi : *"Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Perusahaan Pengirim Barang (Studi Pada J&T Express Mataram)"*.

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Methodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	3,5	7	
10	Sikap	2	3,5	7	
Jumlah		25			

TOTAL BN $\frac{87}{5} = 3,48$
 IP

TOTAL B
 Mataram, 05 Februari 2020
 Penguji Utama,

Muntasri
Dr. Mintasrihardi, M.H
 NIDN 0830016101



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **LENI MARLINA**
NIM : 216120170
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : PERBANKAN
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : *"Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Perusahaan Pengirim Barang (Studi Pada J&T Express Mataram)"*.

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	4	8	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	4	8	
4	Methodologi	3	4	12	
5	Penyajian Data	3	4	12	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3	6	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		93,5	

TOTAL BN
IP $\frac{93,5}{25} = 3,74$
TOTAL B

Mataram, 05 Februari 2020
Penguji Pendamping,

Selva, S.E., M.Sc
NIDN. 0811118601



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : LENI MARLINA
NIM : 216120170
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : PERBANKAN
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : "Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Perusahaan Pengirim Barang (Studi Pada J&T Express Mataram)".

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Methodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	4	16	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	4	12	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25			

TOTAL BN 93
IP -----
TOTAL B 25 = 3,72

Mataram, 05 Februari 2020
Penguji Netral,

Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MENGUNAKAN PERUSAHAAN PENGIRIM BARANG (STUDI PADA J & T EXPRESS
MATARAM).

Leni Marlina¹, Drs. Mintasrihardi, M. H², Selva, M. Sc³

Mahasiswa¹, Pembimbing Utama², Pembimbing Pendamping³

Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Mataram

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi terhadap keputusan konsumen Kota Mataram dalam menggunakan perusahaan J&T Express Mataram. Strategi diferensiasi adalah strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk membedakan tawaran dengan pesaing. J&T Express memberikan tawaran yang berbeda dengan pesaing seperti jemput di tempat, tiga cara pesan pengiriman (*call center*, aplikasi *smartphone*, *website*), harga reguler servis premium, melakukan pengiriman seluruh Indonesia tanpa pihak ketiga, operasi 24 jam atau 365 hari, *VIP Platform for VIP Customer*, *real time tracking sistem*, Aplikasi *Ios & Android*, *24 Jam Hotline Service*, dan *claim* lebih cepat. Dengan menawarkan sesuatu yang unik dan berbeda dari pada pesaing lain, J&T Express mengharapkan mampu mempengaruhi keputusan konsumen agar menggunakan jasa J&T Express.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 7 orang. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, kalkulasi, dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Strategi diferensiasi menjadi bahan pertimbangan terhadap keputusan konsumen Kota Mataram menggunakan perusahaan J&T Express Mataram

Kata Kunci: strategi diferensiasi, keputusan konsumen, perusahaan pengirim.

EFFECTS OF DIFFERENTIATION STRATEGY ON CONSUMER DECISIONS IN USING
DELIVERY COMPANIES (A STUDY ON J&T EXPRESS MATARAM).

Leni Marlina¹, Drs. Mintasrihardi, M. H², Selva, M. Sc³

Student¹, First consultant², Second Consultant³

Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Science
Muhammadiyah University of Mataram

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of differentiation strategies on the decision of Mataram City consumers in using the J&T Express Mataram company. The differentiation strategy is a strategy carried out by a company to differentiate bids from competitors. J&T Express offers different incentives from its competitors such as on-site pick-up, three ways of sending messages (*call center*, *smartphone application*, *website*), regular premium service prices, sending all over Indonesia without third parties, operating 24 hours or 365 days, *VIP Platform for VIP Customer*, *real time tracking system*, *IOS & Android Applications*, *24 Hours Hotline Service*, and faster claims. By offering something unique and different from other competitors, J&T Express expects to be able to influence consumers' decisions to use J&T Express.

This research uses qualitative research. The sample of this study were 7 people. In this study, data were collected using the method of observation, interviews and documentation. Data were analyzed using data reduction, data presentation, calculation, and data verification.

The results showed that the differentiation strategy affected consumer decisions. The differentiation strategy is taken into consideration in the decision of Mataram City consumers to use the J&T Express Mataram company

SALINAN FOTO COPY GEDUN ASLIYA
MATERIAH

UNIVERSITAS SULTAN MUHAMMAD AL-AZIZI
KOTA MALAKKA



H. SYAHRIR IDRIS, M. A., Ph.D
NIP. 197201011901001001