

## BAB 8

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran dari hasil analisis pendapat atau penilaian responden terhadap adanya aplikasi *fitur filter* yang telah dirancang hingga direalisasikan di penelitian ini.

#### 8.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dari proses atau tahapan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik suatu kesimpulan bahwa:

1. Aplikasi *fitur filter* yang dirancang dan dibuat dengan menggunakan *Software Visual Studio* telah berhasil direalisasikan. Selain itu, aplikasi tersebut di nilai telah membantu konsumen dalam menyeleksi jasa pengiriman pada sistem layanan *online shop*.
2. Hal ini dibuktikan dari tanggapan responden tentang keinginannya dalam menggunakan aplikasi *fitur filter*, yang diperoleh sebesar 73,3% atau 198 responden menyatakan sangat ingin menggunakan aplikasi *fitur filter*, sedangkan 26,7% atau 72 responden lainnya menyatakan ingin menggunakan aplikasi *fitur filter* tersebut dan dari 13 pernyataan yang tersedia pada *form* penilaian, 12 diantaranya menyatakan banyak responden yang menilai aplikasi *fitur filter* lebih baik dibandingkan aplikasi lama serta sisanya menyatakan responden yang menilai aplikasi *fitur filter* sama dengan atau lebih kecil dari responden yang menilai aplikasi lama.
3. Aplikasi *fitur filter* tidak dapat diimplementasikan secara langsung ke sistem layanan *online shop* karena permasalahan izin yang harus melibatkan banyak pihak baik dari pihak bisnis *online shop* serta pihak jasa pengiriman barang. Selain itu, peneliti juga terkendala pada waktu pelaksanaan penelitian sehingga peneliti hanya memberikan demo atau uji coba aplikasi dengan cara memberikan pengarahan kepada responden dalam menggunakan aplikasi tersebut beserta penjelasan mengenai fungsi-fungsi *fitur* yang terdapat dalam aplikasi ini.

#### 8.2. Saran

Dibutuhkan penelitian lanjutan terhadap penerapan aplikasi *fitur filter* agar dapat diketahui masalah atau gangguan apa saja yang mungkin muncul.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adams D., Nelson R., dan Todd P. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: a replication. *Management Information System Quarterly*, Ghozali, 21(3).
- Aguezzoul, A. dan Rabenasoloo, B. (2009). Multicriteria decision aid tool for third-party logistics providers' selection. *International Conference Service Systems and Service Management (ICSSSM)*, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00366524>
- Al-Bahra, B.L. (2012). Analisis dan desain sistem informasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Al-Bahra, B.L. (2013). Analisis dan desain sistem informasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Amalia, S.S. (2016). Analisis pengaruh harga, lokasi, kualitas, pelayanan, dan brand image terhadap keputusan pembelian jasa (studi kasus pada pengguna jasa tiki di Semarang). (Skripsi). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Anandhita, V.H. (2014). Studi pemilihan layanan jasa pengiriman oleh pelaku bisnis online sebagai sarana distribusi produk menggunakan strategi marketing mix di DKI Jakarta. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 3(1), 1-18.
- Anderson, E.W., Fornell, C., dan Rust, R.T. (1997). Customer satisfaction, productivity, and profitability: between goods and services. *Marketing Science*, 16(2), 129-145.
- Andersson, D. dan Norman, A. (2002). Procurement of logistics services: a minute's work or a multi-year project?. *European Journal of Purchasing & Supply Management*, 8, 3-14.
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2016). Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia. Diakses tanggal 9 Juni 2017 dari <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>
- Arikunto, S. (1996). Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktek (edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Asdi mahasatya.
- Bagchi, P.K. dan Virum, H. (1996). European logistics alliances: a management model. *International Journal of Logistics Management*, 7(1), 93-108.
- Boyson, S., Corsi, T., Dresner, M.E., dan Rabinovich, E. (1999). Managing effective 3PL relationships: what does it take?. *Journal of Business Logistics*, 21(1), 73-100.
- Domingues, M.L.V.R. (2015). A comprehensive framework for measuring performance in a thirdparty. *Journal Transportation Research Procedia*, 662-672.
- Edwar, M. dan Adiprayitno, R.A. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang JNE di agen putro agung wetan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 101-106.
- Fitzsimmons, J.A. (1982). *Service operations management*. New York: Mc. Graw Hill Co.
- Gay, L.R. dan Diehl, P.L. (1992). *Research methods for business and management*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Granito, H. (2008). *Bisnis distro panduan mendirikan dan mengelola distro clothing company*. Jakarta: Media Pressindo.
- Gunawan, E. (2008). *Karakteristik konsumen online di Indonesia*. Diakses tanggal 10 September 2016 dari <https://www.artikelweb.co.cc>
- Hawkins, I.D., Morthersbaugh, L.D., dan Best, J.R. (2007). *Consumer behaviour: building marketing strategy*. New York: Mc. Graw-Hill Companies Inc.
- Held, B. (2010). *Microsoft excel functions and formulas*. New York: Jones & Bartlett Publishers.
- Hertz, S. dan Alfredsson, M. (2003). Strategic development of third party logistics providers. *Industrial marketing management*, 32(2), 139-149.
- Jin, Y., Osman, A., Nizam, S., dan Rahim, A. (2015). Factors influencing online shopping behavior: the mediating role of purchase intention. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 401-410.

- Kementerian Koperasi dan UMKM RI. (2016). Data perkembangan UMKM dan UB tahun 2012-2013. Diakses tanggal 12 September 2016 dari Kementerian Koperasi dan UMKM RI Web Site.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2001). Principles of marketing. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, P. (2003). Marketing management (11<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall International.
- Kotler, P. (2003). Marketing management. USA: Pearson Education, Inc.
- Lambert, D.M., Emmelhainz, M.A., dan Gardner, J.T. (1999). Building successful logistics working paper series. University of Connecticut: Farmington, CT.
- Langley, C.J. dan Capgemini. (2015). 2016 third-party logistics study. *The State of Logistics Outsourcing*.
- Leahy, S.E., Murphy, P.R., dan Poist, R.F. (1995). Determinants of successful logistical relationships: a third party provider perspective. *Transportation Journal*, 35(2), 5-13.
- Lieb, R.C. dan Randall, H.L. (1996). A comparison of the use of third-party logistics services by large american manufacturers, 1991, 1994, and 1995. *Journal of Business Logistics*, 17(1), 305.
- Mandilas, A., Karasavoglou, A., Nikolaidis, M., dan Tsourgiannis, L. (2013). Predicting consumer's perceptions in on-line shopping. *Procedia Technology*, 8(Haicta), 435-444.
- O'Brien, J.A. dan Marakas, G.M. (2010). Management information systems (8<sup>th</sup> ed.). New York: Mc. Graw-Hill Irwin.
- Olson, J.C. dan Dover, P. (1979). Disconfirmation of consumer expectations through product trial. *Journal of Applied Psychology*, 64(April), 179-189.
- Ozkisi, H. dan Topaloglu, M. (2016). Identifying college students' feelings and thoughts about online shopping. *Procedia Economics and Finance*, 39, 17-23.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A.V., dan Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for further research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50.

- Poon, W.C. (2008). Users adoption of e-banking services: the malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59-69.
- Prasetyo, A. (2012). Smart guide jualan online. Jakarta: Trans Media.
- Roscoe, J.T. (1975). Fundamental research statistics for the behavioral sciences [by] John T. Roscoe.
- Rust, R.T. dan Chung, T.S. (2006). Marketing models of service and relationships. *Marketing Science*, 25(6), 560-580.
- Santoso, S. (2010). Statistik multivariat konsep dan aplikasi dengan SPSS. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2010). Statistik non parametrik konsep dan aplikasi dengan SPSS. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saputra, H., Agus, H.F., dan Marisa, K.D. (2016). Sistem pendukung keputusan pemilihan perusahaan jasa pengiriman barang menggunakan metode simple additive weighting. *Prosiding Seminar Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, 1(1), 38-44.
- Schiffman, L.G., Kanuk, dan Leislle, L. (2000). Consumer behavior. USA: Prentice-Hall, Inc.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2010). Research method for business a skill building approach (5<sup>th</sup> ed.). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Selviaridis, K. dan Spring, M. (2007). Third party logistics: a literature review and research agenda. *International Journal of Logistics Management*, 18(1), 125-150.
- Shelly, G.B. dan Rosenblatt H.J. (2012). Systems analysis and design (9<sup>th</sup> ed.). United States of America: Course Technology.
- Sidharta, I. dan Suzanto, B. (2015). Pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada e-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 23-36.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., dan Simchi-Levi, E. (2004). Managing the supply chain: definitive guide. Tata Mc. Graw-Hill Education.

- Sink, H.L. dan Langley, C.J. (1997). A managerial framework for the acquisition of third-party logistics services. *Journal of Business Logistics*, 18(2), 63-89.
- Slameto. (2003). Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudjana. (2002). Metoda statistika. Bandung: Tarsito.
- Sudrajat, D. (2010). Segmentasi pasar penyedia jasa logistik (third party logistics) di Indonesia. *Binus Business Review*, 1(2), 332-341.
- Sugiyono. (2010). Metode penelitian kualitatif dan R&D. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Statistika untuk penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N.S. (2009). Metode penelitian pendidikan. Bandung: Rosdakarya.
- Supranto, J. (2002). Statistik teori dan aplikasi. Jakarta: Erlangga.
- Syarif. (2011). Pertumbuhan bisnis online di Indonesia. Diakses tanggal 12 September 2016 dari [https:// www.nielsen.com/id/en.html](https://www.nielsen.com/id/en.html)
- Tentua, M.N. (2009). Statistik non parametrik. Diakses tanggal 15 Maret 2017 dari <http://meilanyonsi.upy.ac.id/files/statprak/nonparametrik.pdf>
- Tjiptono, F. (2014). Strategi pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (1999). Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kementrian Perdagangan dan HAM RI.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2008). Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jakarta: Kementrian Hukum dan HAM RI.
- Vaidyanathan, G. (2005). A framework for evaluating third-party logistics. *Communications of the ACM*, 28(1), 89-94.
- Van Damme, D.A. dan Ploos Van Amstel, M.J. (1996). Outsourcing logistics management activities. *International Journal of Logistics Management*, 7(2), 85-95.

Waters, D. (2003). *Inventory control and management* (2<sup>nd</sup> ed.). England: Sons Inc.

Zacharia, Z.G., Sanders, N.R., dan Nix, N.W. (2011). The emerging role of the third-party logistics provider (3PL) as an orchestrator. *Journal of Business Logistics*, 32(1), 40-54.

Zeithaml, A.V. dan Briner, M.J. (1996). *Service marketing*. New York: Mc. Graw Hill Co.





# LAMPIRAN

Lampiran 1. Form Penilaian

**FORM PENILAIAN**

Salam Sejahtera...

Saya adalah mahasiswa Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang menjalani Tugas Akhir guna memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Teknik Industri, sehingga untuk melancarkan Tugas Akhir tersebut maka saya mohon kesediaan serta bantuan dari Saudara/Saudari untuk mengisi beberapa pernyataan yang ada dibawah ini dengan sebaik-baiknya. Pernyataan-pernyataan yang saya ajukan nantinya digunakan untuk mengetahui pendapat konsumen dalam memilih jasa pengiriman barang dengan menggunakan program aplikasi yang telah saya buat dalam penelitian. Atas partisipasi dan waktu yang telah diberikan Saudara/Saudari, saya mengucapkan terima kasih.

**A. Identitas Responden**

Berikan tanda centang (√) pada bagian kotak yang sesuai dengan pilihan anda.

- Nama Responden : .....
- Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan \*(coret yang tidak perlu)
- Usia : ..... Tahun
- Pendidikan Terakhir :  SMP  SMA / SMK  Diploma  Sarjana
- Pekerjaan :  Pelajar / Mahasiswa  Karyawan / Pegawai  Wirausaha
- Frekuensi Berbelanja :  Sering  Tidak Sering  Tidak Pernah \*(secara *online*)

**B. Survey**

**Petunjuk Pengisian**

1. Kuesioner ini terdapat 14 pernyataan.
2. Bacalah dengan cermat setiap pernyataan yang ada sebelum memberikan jawaban.
3. Jawablah pernyataan nomor 1-13 dengan memberikan *score* 1-5 pada bagian kolom lembar jawaban sedangkan untuk pernyataan nomor 14 jawablah dengan cara melingkari pada bagian *score* yang dipilih. Berikut contoh cara menjawab pernyataan dibawah ini:

No.	Pernyataan	Aplikasi	
		Lama	Baru
1.	Aplikasi pemilihan jasa pengiriman barang dapat membantu saya dalam memilih jasa yang akan digunakan.	3	5
14.	Seberapa inginkah anda menggunakan aplikasi dengan fitur filter tersebut?	STI 1 2 3 4 (5) SI	

**Benar**

**Benar**

4. Anda hanya dapat memberikan satu pilihan jawaban saja dari setiap pernyataan yang tersedia.

**Keterangan**

1 : Sangat Tidak Setuju      3 : Kurang Setuju      5 : Sangat Setuju      **STI** : Sangat Tidak Ingin  
 2 : Tidak Setuju              4 : Setuju                              **SI** : Sangat Ingin

Pernyataan-pernyataan dibawah ini bertujuan untuk mengetahui pendapat konsumen terhadap aplikasi fitur filter pada pemilihan jasa pengiriman barang sehingga dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja secara *online*.

No.	Pernyataan	Aplikasi						
		Lama			Baru			
1.	Aplikasi pemilihan jasa pengiriman barang dapat membantu saya dalam memilih jasa yang akan digunakan.							
2.	Saya dapat menggunakan aplikasi dengan mudah ( <i>user friendly</i> ).							
3.	Aplikasi dapat membantu saya dalam memilih kriteria jasa pengiriman secara lebih efisien.							
4.	Langkah-langkah dalam penggunaan aplikasi dapat dengan mudah dipahami oleh saya.							
5.	Aplikasi memiliki tampilan yang menarik.							
6.	Aplikasi memiliki tampilan yang mudah dipahami.							
7.	Fitur yang ditawarkan pada aplikasi dapat mengakomodasi keinginan saya dalam menentukan kriteria pemilihan jasa pengiriman.							
8.	Aplikasi memiliki fitur yang lengkap.							
9.	Fitur filter menawarkan pilihan tarif paket jasa pengiriman yang variatif.							
10.	Fitur filter menawarkan pilihan tarif promo paket jasa pengiriman.							
11.	Fitur filter menawarkan pilihan layanan ekspedisi jasa pengiriman.							
12.	Fitur filter menawarkan pilihan lama waktu pengiriman.							
13.	Saya merasa puas dengan fitur filter yang terdapat pada aplikasi.							
14.	Seberapa inginkah anda menggunakan aplikasi dengan fitur filter tersebut?	<b>STI</b>	1	2	3	4	5	<b>SI</b>