

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Pada bab penutup ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian dengan judul “Dampak Keberadaan Jasa *Laundry Self Service* Dan *Pick Up Delivery* di Kelurahan Sumbersari Kota Malang” dan saran atau rekomendasi apa yang dapat diambil dari penelitian ini.

#### **6.1 Kesimpulan**

Untuk menjawab sasaran pertama dan dari analisis *photo mapping*, dapat diketahui bahwa lokasi *laundry* tersebar di beberapa tempat. Selain itu, terdapat 8 unit *laundry self service* dan 9 unit *laundry pick up delivery*. Lokasi *laundry* tersebut berada di pinggir jalan utama seperti Jl. Sigura-gura, yang memudahkan para konsumen dalam mencapai tempat *laundry*. Selanjutnya diketahui bahwa untuk kegiatan *laundry* baik *self service* maupun *pick up delivery* ternyata juga terdapat konsumen yang berangkat dari luar Kelurahan Sumbersari. Untuk lokasi tinggal konsumen terjauh bahkan terdapat pada Kelurahan Landungsari, Kelurahan Tlogomas, Kelurahan Mojolangu, Kelurahan Jatimulyo, Kelurahan Ketawanggede, Kelurahan Penanggungan, dan Kelurahan Bareng. Konsumen *laundry* dari luar Kelurahan Sumbersari diketahui cenderung melalui jalan utama seperti Jalan Sigura-gura sedangkan konsumen yang berasal dari dalam Kelurahan Sumbersari selain melalui jalan utama juga melalui jalan-jalan kecil seperti Jalan Sigura-gura 5.

Dari hasil analisa frekuensi preferensi jenis *laundry* yang dipilih oleh konsumen *laundry* di Kelurahan Sumbersari tersebut diketahui bahwa sebesar 75,7% konsumen *laundry* lebih memilih jenis jasa *laundry self service*, sedangkan sisanya sebesar 24,3% memilih jenis jasa *pick up delivery* dan mayoritas konsumen memilih Meta *Laundry* sebagai tempat *laundry* yaitu dengan persentase 38,6%. Hasil pengembangan analisa untuk sasaran kedua kemudian diketahui bahwa variabel tempat, promosi dan waktu secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh bagi konsumen saat memilih jasa *laundry*, sedangkan variabel harga dan layanan pelanggan tidak berpengaruh. Namun secara simultan atau bersama-sama seluruh variabel memiliki pengaruh sebesar 53,1%. Besaran pengaruh masing-masing variabel diantaranya adalah Promosi sebagai yang paling tinggi yaitu 37%, selanjutnya variabel Tempat sebesar 26%, variabel Layanan Pelanggan sebesar 15%, variabel Waktu sebesar 14% dan yang terakhir variabel harga sebesar 8%.

Dengan nilai z-score 5,629513 dimana nilai tersebut  $>2,58$  dimana dengan nilai tersebut maka pola yang terbentuk adalah pola *clustered* atau berkelompok. Dari peta analisa diketahui

bahwa pola pergerakan jasa *laundry pick up delivery* atau dalam hal ini adalah kurir cenderung memiliki pola pergerakan yang berkelompok dari dalam Kelurahan Sumber Sari bergerak menuju Kelurahan Tlogomas, Dinoyo, Ketawanggede, Jatimulyo dan Kelurahan Mojolangu yang merupakan *cluster* Kelurahan pada utara Kelurahan Sumber Sari. Untuk pola pergerakan konsumen jasa *laundry self service* cenderung bergerak dari *cluster* kelurahan yang ada di utara dan selatan Kelurahan Sumber Sari.

## **6.2 Rekomendasi**

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka rekomendasi atau saran yang bisa peneliti berikan adalah:

1. Strategi yang sesuai dengan hasil analisa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jenis *laundry* adalah peningkatan yang dapat dilakukan secara berurutan mempertimbangkan adanya promosi, keefisienan dan kenyamanan tempat, peningkatan layanan pelanggan atau *customer service*, efisiensi waktu dan yang terakhir mempertimbangkan harga yang sesuai untuk konsumen.

Bagi akademisi yang berkeinginan untuk mengangkat penelitian dengan tema yang serupa peneliti menyarankan agar dikembangkan penelitian yang membahas mengenai “faktor apa yang mempengaruhi konsumen *laundry* yang berasal dari luar Kelurahan Sumber Sari untuk melakukan kegiatan *laundry* di Kelurahan Sumber Sari” dimana secara spesifik membahas dari sudut pandang konsumen yang berasal dari luar Kelurahan Sumber Sari.