BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh Kepercayaan Konsumen, Persepsi Risiko, terhadap Keputusan Pembelian di PT. Dago Wisata Internasional, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Kepercayaan Konsumen yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu integritas, kebaikan, dan kompetensi. Indikator kebaikan memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator kompetensi memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori cukup baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan Kepercayaan Konsumen sudah cukup baik, namun perlu di tingkatkan di PT. Dago Wisata Internasional.
2. Persepsi Risiko yang ada di PT. Dago Wisata Internasional berada pada kategori cukup tinggi, terdiri dari 3 indikator yaitu risiko produk, risiko transaksi, dan risiko psikologis. Indikator risiko produk memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup tinggi, sedangkan indikator risiko psikologis memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup

tinggi. Secara keseluruhan Persepsi Risiko yang terjadi di PT. Dago Wisata Internasional cukup tinggi.

3. Secara keseluruhan variabel Keputusan Pembelian terdiri dari 5 indikator yaitu kebutuhan, publik, manfaat, sikap orang lain dan kepuasan. Indikator kebutuhan memperoleh persentase tertinggi dengan kategori tinggi, sedangkan indikator keputusan pembelian memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup tinggi. Secara keseluruhan Keputusan Pembelian yang terjadi di PT. Dago Wisata Internasional sudah tinggi perlu di pertahankan untuk dapat ditingkatkan oleh perusahaan.
4. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian, hal ini ditunjukkan oleh uji hipotesis yang dinyatakan dengan adanya pengaruh yang positif dari Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian di PT. Dago Wisata Internasional.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian di PT. Dago Wisata Internasional, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Penerapan Kepercayaan Konsumen masih berjalan cukup baik di PT. Dago Wisata Internasional, adapun hal yang disarankan oleh peneliti adalah diharapkan perusahaan agar terus meningkatkan pelayanan yang baik

untuk mendapatkan sebuah kepercayaan kepada konsumen. Selain itu produk yang ditawarkan juga diharapkan sesuai dengan harapan konsumen.

2. Persepsi Risiko PT. Dago Wisata Internasional sudah berjalan dengan cukup baik. Namun adapun yang disarankan oleh peneliti yaitu diharapkan perusahaan lebih mampu memberikan jaminan kepada konsumen agar konsumen berani tanpa ada keraguan untuk melakukan segala jenis pembelian dan transaksi yang ada di perusahaan ini dengan selalu berupaya memberikan yang terbaik.
3. Keputusan Pembelian yang masih berjalan cukup baik. Maka dari itu diharapkan perusahaan harus lebih mampu memberikan fasilitas yang sesuai kepada konsumen sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dan selalu melakukan promosi agar perusahaan ini lebih bisa dikenal oleh masyarakat luas.
4. Pengaruh antara Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian di PT. Dago Wisata Internasional bisa dibilang baik, pada kondisi ini bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan segala jenis kekurangan terkait kepercayaan konsumen dalam memberikan keyakinan dan jaminan kepada konsumen dalam mengatasi persepsi risiko sehingga Keputusan Pembelian yang ada di PT. Dago Wisata Internasional bisa selalu meningkat.