

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian hubungan antara tingkat kepercayaan konsumen dengan proses keputusan pembelian yang telah dilakukan oleh penulis. Maka dapat disimpulkan hasil penelitian tersebut adalah

1) Tingkat kepercayaan konsumen

Berdasarkan dari hasil analisis frekuensi yang telah dijabarkan di atas. Secara garis besar para responden menjawab setuju akan pernyataan-pernyataan yang dibuat berdasarkan indikator kepercayaan konsumen. Maka dapat disimpulkan tingkat kepercayaan konsumen yang dihasilkan baik atau diatas rata-rata.

Di sisi lain apabila dilihat dari perhitungan jumlah rata-rata atau *mean* terhadap masing-masing indikator. Indikator kepercayaan terhadap kemampuan sistem dalam menyajikan informasi yang benar serta terhadap prosedur sistem yang mudah diikuti memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa para konsumen memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap informasi yang disajikan serta kepercayaan terhadap prosedur sistem yang mudah diikuti.

Indikator kepercayaan terendah adalah indikator kepercayaan terhadap informasi yang disajikan oleh sistem dapat diandalkan dan dipercaya. Maka dari itu dapat disimpulkan masih ada sedikit keraguan atau ketidak

percayaan yang dialami konsumen terhadap informasi yang disajikan dapat dipercaya atau diandalkan. Konsumen dapat merasa informasi yang disajikan sudah benar tetapi belum tentu informasi tersebut belum tentu dapat diandalkan. Menurut (Head & Hassanein, 2002) hal ini mungkin disebabkan oleh sikap para penyedia jasa yang kurang jujur dalam menyajikan informasi yang akurat pada sistem.

2) Proses Keputusan Pembelian

Berbanding lurus dengan hasil analisa tingkat kepercayaan konsumen. Hasil yang dicapai dari analisa frekuensi untuk proses keputusan pembelian mengindikasikan baik atau diatas rata-rata. Hal ini disebabkan karena sebagian besar responden menjawab setuju di setiap indikator proses keputusan pembelian.

Di sisi lain apabila dilihat dari perhitungan jumlah rata-rata atau *mean* yang dihasilkan dari keseluruhan indikator proses keputusan pembelian. Maka dapat dilihat indikator pengenalan kebutuhan memiliki nilai *mean* tertinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa para konsumen memiliki kesadaran bahwa pembelian tiket pesawat terbang secara *online* merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi. Pemicu rangsangan kebutuhan tersebut dapat disebabkan oleh faktor internal yaitu seperti rasa ingin membutuhkan barang tersebut atau faktor eksternal yaitu seperti pengaruh iklan atau hasil diskusi dari teman atau kerabat.

Sedangkan indikator proses keputusan pembelian terendah adalah indikator keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan tidak semua konsumen pada akhirnya memutuskan untuk membeli tiket pesawat terbang secara *online* namun mereka dapat membeli dengan media lain seperti melalui *travel agent*. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen salah satunya adalah faktor psikologi seperti motivasi atau persepsi konsumen tersebut.

- 3) Hubungan antara tingkat kepercayaan konsumen dengan proses keputusan pembelian tiket pesawat terbang.

Berdasarkan hasil analisa yang didapat dari output SPSS dalam perhitungan korelasi *spearman rank*. Maka dapat ditarik kesimpulan atau hipotesis bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tingkat kepercayaan konsumen terhadap proses keputusan pembelian konsumen dalam pembelian tiket pesawat dengan menggunakan sistem reservasi *online*.

Berdasarkan dari kesimpulan tersebut tingkat kepercayaan konsumen selalu berhubungan dengan proses keputusan pembelian dan begitu juga sebaliknya. Tanpa adanya kepercayaan konsumen dalam menggunakan sistem reservasi *online* maka proses keputusan pembelian tiket pesawat tidak akan bisa berjalan. Begitu juga sebaliknya seseorang yang telah melakukan proses keputusan pembelian tiket pesawat, sebelumnya sudah pasti telah percaya terhadap sistem yang akan digunakan.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian serta kesimpulan yang didapat. Maka dihasilkan saran-saran yang dapat menjadi arahan dan pertimbangan untuk para pelaku industri seperti perusahaan penerbangan serta para *travel agent* yang menyediakan layanan penjualan tiket pesawat secara online sebagai berikut.

- 1) Meningkatkan kredibilitas sistem reservasi *online* dalam hal penyajian informasi yang akurat dan dapat dipercaya serta meminimalisir terjadinya *error system* pada saat melakukan proses pembelian.
- 2) Membuka komunikasi yang lebih intens dengan para konsumen dengan cara melihat keluhan-keluhan yang disampaikan contoh keluhan mengenai informasi yang disajikan kurang dapat dipercaya dan diandalkan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara membuka layanan *online personal care* melalui online chatting selama 24 jam.
- 3) Menjadikan kepercayaan konsumen sebagai aspek utama yang penting disamping kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena kepercayaan konsumen dapat menjadi sarana pembentukan pengalaman positif yang diterima konsumen sebelum konsumen menikmati langsung pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan disamping itu juga kepercayaan konsumen dapat menjadi dasar atau kunci loyalitas pelanggan di kemudian hari.
- 4) Melakukan promosi yang menarik dan kreatif agar konsumen dapat tertarik menggunakan sistem reservasi *online* dalam melakukan pembelian tiket pesawat terbang, seperti melakukan promosi harga spesial untuk pelajar ke berbagai rute yang ada.