

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan metode kuantitatif, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan pelanggan (X_1) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Artinya jika kejujuran baik dalam melayani customer sehingga mendapat kepercayaan pelanggan, maka akan meningkatkan keputusan memilih jasa Agen;
2. Variabel Komitmen (X_2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Artinya jika komitmen yang terjadi dalam memilih jasa agen semakin kecil seperti keterlambatan pelayanan, kerusakan barang atau penipuan, maka akan menurunkan keputusan memilih jasa agen;
3. Variabel harga (X_3) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Artinya jika harga yang diberikan customer sesuai dengan kualitas jasa, maka akan meningkatkan keputusan pembelian;
4. Variabel kepercayaan pelanggan (X_1) memiliki hubungan dominan dalam keputusan pembelian (Y) yang terlihat dari koefisien persamaan regresi dengan nilai hitung kepercayaan pelanggan (X_1) 1.642 lebih besar dari harga (X_3) 0.230. Artinya pembeli lebih mengutamakan tingkat dapat dipercayanya pembeli seperti kejujurannya, pelayanannya dibandingkan tingkat kemurahan harga dalam memilih jasa agen pelayaran.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dan penelitian lebih lanjut antara lain:

1. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi, pendukung, pedoman, pembanding, dan diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat dijadikan indikator dalam penelitian lanjutan. Hal ini karena masih adanya variabel-variabel yang belum ditemukan peneliti yang masih memiliki hubungan yang berkaitan dengan kepercayaan pelanggan, seperti variabel tempat, waktu dan pengaruh ;
2. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa kepercayaan memberikan pengaruh terhadap keputusan memilih di PT.Dian saamudera *line*. Oleh karena itu hendaknya kepercayaan konsumen harus memberikan arahan dan perhatian khusus bagi karyawan, sehingga konsumen memilih jasa terpenuhi dan juga kepercayaan konsumen juga berpengaruh untuk keberhasilan perusahaan.