

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi yang dilaksanakan mengenai pengaruh *Consumer Trust* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir Pos Indonesia, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran secara keseluruhan kondisi *consumer Trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* berada pada kategori tinggi. Berdasarkan penelitian ini, diketahui subvariabel *Consumer Trust* yang paling baik adalah *Ability*. Penilaian tertinggi diberikan kepada kehandalan Pos Indonesia dalam bisnis jasa kurir, karena responden menilai bahwa Pos Indonesia handal di bidang jasa kurir umumnya dan handal dalam mengirimkan paket pada khususnya. Hal ini berkat kemampuan dan pengalaman yang dimiliki Pos Indonesia yang masih bisa bersaing dan bertahan sampai sekarang ditengah gempuran para pesaingnya dalam bisnis yang serupa yakni bisnis jasa, Sehingga responden menilai kehandalan Pos Indonesia tergolong tinggi. Sedangkan subvariabel yang paling rendah adalah *Benevolence*, hal ini

**Muhamad Wahab, 2013**

Pengaruh Consumer Trust Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia (Survei Pada Pengguna Jasa Kiriman Paket di Kantor Pos Pusat Bandung)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dikarenakan responden merasa Pos Indonesia belum memiliki kebaikan hati yang diharapkan, hal tersebut ditunjukkan dengan rendahnya penilaian responden terhadap perhatian yang diberikan oleh Pos Indonesia.

2. Gambaran secara keseluruhan kondisi terhadap keputusan pembelian pada kategori tinggi. Berdasarkan penelitian ini, diketahui indikator keputusan pembelian yang paling baik adalah pemilihan merek. Penilaian tertinggi diberikan kepada kepercayaan terhadap merek Pos Indonesia, hal ini dikarenakan responden merasa merek Pos Indonesia sudah melekat sejak lama di kalangan masyarakat, karena seperti yang diketahui bahwa Pos Indonesia telah berdiri sejak zaman kolonial belanda hampir 265 tahun, sehingga dimata masyarakat Indonesia pada umumnya dan pada khususnya dimata pengguna jasa kiriman paket di kantor Pos Bandung memiliki kepercayaan yang tergolong tinggi terhadap merek Pos Indonesia. Sedangkan indikator yang paling rendah adalah jumlah pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan masih sedikitnya jumlah kiriman yang dikirimkan oleh konsumen pada saat melakukan transaksi pengiriman paket melalui Pos Indonesia.
3. Terdapat pengaruh *consumer trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* dengan keputusan pembelian jasa kurir Pos Indonesia yang menunjukkan tingkat korelasi yang kuat. Sementara pengaruh *consumer trust* yang terdiri dari *ability*, *benevolence*, dan *integrity* terhadap keputusan

**Muhamad Wahab, 2013**

Pengaruh Consumer Trust Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia (Survei Pada Pengguna Jasa Kiriman Paket di Kantor Pos Pusat Bandung)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, jumlah pembelian, dan pemilihan saluran distribusi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang telah dihasilkan, maka penulis menyatakan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi Pos Indonesia, yaitu sebagai berikut:

1. Pos Indonesia harus melakukan pembenahan dari segi pelayanan terhadap konsumen, diantaranya seperti memberikan perhatian lebih kepada konsumen, memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dan menangani setiap keluhan yang ada dengan baik sehingga Pos Indonesia dapat mempunyai standar kualifikasi jasa kurir sesuai yang diharapkan para pelanggannya, peningkatan *benevolence* ini bertujuan untuk lebih meningkatkan *consumer trust* Pos Indonesia.
2. Pos Indonesia harus melakukan upaya peningkatan jumlah pembelian atau jumlah kiriman paket dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga dengan hal tersebut konsumen akan lebih percaya dan lebih banyak dan sering mengirimkan paket menggunakan jasa kurir Pos Indonesia.

**Muhamad Wahab, 2013**

Pengaruh Consumer Trust Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia (Survei Pada Pengguna Jasa Kiriman Paket di Kantor Pos Pusat Bandung)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Peningkatan jumlah pembelian ini bertujuan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap jasa kurir Pos Indonesia.

3. Diharapkan peneliti dapat melakukan studi penelitian secara lebih mendalam lagi terhadap produk jasa kurir Pos Indonesia, dengan mmempertimbangkan faktor-faktor lain seperti faktor faktor motivasi, presepsi, pembelajaran, budaya, sosial dan personal dan lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian produk jasa kurir Pos Indonesia, sehingga dapat memberikan hasil dan kontribusi yang maksimal untuk peneliti dan perusahaan tersebut.

**Muhamad Wahab, 2013**

Pengaruh Consumer Trust Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia (Survei Pada Pengguna Jasa Kiriman Paket di Kantor Pos Pusat Bandung)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu