

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan Pelanggan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa persepsi risiko terhadap kepercayaan pelanggan masih tinggi. Hal ini dilihat dari pengaruh presentase terbesar dari dimensi kinerja sebagai dimensi yang paling berpengaruh dalam variabel persepsi risiko, dengan nilai setuju oleh responden sebesar 46% pada indikator pertama dan 31% pada indikator kedua.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa kepercayaan pelanggan memiliki nilai pengaruh paling besar pada dimensi tingkat kepercayaan produk, karena memiliki nilai diatas 40% pada ketiga indikator dalam dimensi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa dibalik masalah yang terjadi pada pelanggan Indosat, namun mereka masih yakin akan kemampuan, dan itikad baik Indosat dalam menyelesaikan masalah tersebut.
3. Adanya pengaruh negatif dan signifikan antara x dan y karena memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,131 dan memiliki nilai *p-value* -2,180 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,984.

## B. Saran

Berdasarkan analisa data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka saran yang dapat disampaikan adalah:

### 1. Bagi Perusahaan

Bagi Indosat apabila ingin memperbaiki citra perusahaan di mata masyarakat, perusahaan wajib untuk memperbaiki kualitas di bidang pelayanan. Karena terdapat tingkat keraguan yang cukup tinggi pada indikator yang terkait penyediaan internet dengan kualitas yang baik, selalu menjaga reputasi perusahaan, dan memberikan perhatian lebih untuk mendapatkan layanan terbaik. Perbaiki kualitas di bidang pelayanan antara lain memberikan peningkatan dan penyesuaian pada kinerja tower, agar sesuai dengan rasio yang ditentukan di awal antara tower dan pengguna, kemudian memberikan *image* yang baik dalam menangani segala bentuk keluhan pelanggan, karena dengan cara tersebut pelanggan dapat merasa yakin dan sedikit tenang karena keluhan dari masalahnya dapat dijawab dengan jelas dan merasa mendapat sedikit perhatian lebih.

## 2. Bagi Masyarakat

Masyarakat perlu lebih selektif terhadap produk yang akan digunakan dengan memperhatikan aspek-aspek yang telah dibahas dalam penelitian ini mengenai hal yang telah dibahas sebelumnya. Oleh karena itu peneliti mengharapkan agar konsumen mempertimbangkan ulang segala aspek yang diteliti dari karya ilmiah ini.

## 3. Bagi Peneliti Berikutnya

Untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain Persepsi Risiko, antara lain variabel Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, maupun Persepsi Persepsi Kemudahan.