

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah menganalisis data primer mengenai pengaruh kepercayaan, persepsi risiko dan pengalaman terhadap niat menggunakan jasa gosend, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan, persepsi risiko dan pengalaman berpengaruh terhadap niat beli, sehingga memiliki implikasi peningkatan niat beli dapat dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan dan pengalaman serta mengurangi persepsi risiko pada konsumen. Berikut beberapa kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian ini :

1. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan jasa gosend. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig kurang dari 0.05 dan berpengaruh positif terhadap niat dibuktikan dari koefisien regresi yang positif 0,173. Pengguna gosend memiliki kepercayaan yang baik terhadap jasa tersebut, hal itu dapat dilihat dari jawaban responden yang diberikan kuesioner yang menjawab agak setuju, setuju dan sangat setuju. Penilaian yang baik itu meliputi dimensi persepsi integritas, persepsi kebaikan dan persepsi kompetensi. Dari ketiganya semua mendapatkan hasil yang baik dan menjadikan kepercayaan gosend baik.
2. Variabel persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan jasa gosend. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig kurang dari 0.05 dan berpengaruh negatif terhadap niat dibuktikan dari koefisien

regresi yang negatif 0,135. Pada hasil perhitungan variabel persepsi risiko memberikan gambaran bahwa responden memiliki persepsi risiko yang cukup tinggi. Persepsi risiko itu sendiri mencakup dari berbagai aspek seperti risiko keuangan, risiko produk, risiko waktu dan risiko pengiriman yang memberikan dampak negatif terhadap jasa gosend karena konsumen merasa menggunakan jasa gosend cukup berisiko dan dari ke empat indikator yang dinilai lebih berisiko adalah proses pengiriman barang. Ini menandakan semakin berisiko nya pengiriman barang menggunakan gosend, akan semakin menurunkan niat menggunakan jasa tersebut.

3. Variabel pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan jasa gosend. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig kurang dari 0.05 dan berpengaruh positif terhadap niat dibuktikan dari koefisien regresi yang positif 0,514. Selanjutnya pada variabel pengalaman dibandingkan kedua variabel diatas, variabel pengalaman memiliki bobot tertinggi responden yang merespon positif. Ini memiliki arti bahwa konsumen setuju gosend mampu memberikan pengalaman yang baik untuk pengiriman barang. Pengalaman tersebut mencakup pengalaman dalam jasa, dalam lingkungan, dalam komunikasi, dalam pelayanan dan dalam event event tertentu.

5.2 Saran

1. Saran Teoritis:
 - a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda pada jasa pengiriman barang berbasis online lainnya bahkan

bisa diteliti menggunakan subjek perbandingan, yakni misalnya pengguna gosend yang juga menggunakan grabsend.

- b. Hendaknya menambahkan referensi-referensi serta menambahkan *review* penelitian terdahulu dengan menggunakan objek penelitian yang sejenis, sehingga hasil penelitian bisa lebih dipertanggungjawabkan.
- c. Hendaknya menambahkan variabel lain mengingat beberapa literatur yang menjadi landasan penelitian ini memiliki variabel bebas yang beragam, namun tidak semua variabel dipilih oleh peneliti. Sehingga variabel bebas lainnya dapat menjadi pilihan lain dalam penelitian selanjutnya seperti persepsi harga, persepsi manfaat, persepsi keamanan dll, agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap niat beli.

2. Saran Praktis

- a. Gosend sebaiknya terus melakukan inovasi dan menerapkan teknologi yang mutakhir agar mampu bersaing dan mampu memelihara kepercayaan yang saat ini sudah baik. Dari hasil yang telah diteliti dapat dikatakan bahwa pada kepercayaan ditemukan adanya indikasi negatif dari calon pembeli (akumulasi dari jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, dan agak tidak setuju). Hal ini diduga disebabkan oleh persepsi kompetensi gosend di mata konsumen masih belum terlalu berkompeten dalam pengiriman barang dengan alamat yang tidak lengkap. Hal ini dinilai wajar karena alamat sangatlah penting dalam proses pengiriman barang, sehingga perlu adanya kerjasama yang baik

antara konsumen dan pengemudi gojek. Hal yang perlu ditingkatkan adalah pelatihan penanganan kasus kasus dalam pengiriman barang pada pengemudi gojek agar konsumen lebih merasa percaya dengan pelayanan gosend untuk mengirimkan barang atau dokumen.

- b. Berdasarkan hasil dari kuesioner ternyata responden cenderung memberi respon negatif bahwa persepsi risiko dan pengiriman barang menggunakan gosend dimata pelanggan masih tinggi. Tingginya persepsi risiko yang tunjukan oleh gosend dapat terlihat dari dimensi *time risk* (akumulasi dari jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, dan agak tidak setuju) menunjukkan persepsi konsumen akan durasi pengiriman melalui gosend beresiko sedikit tinggi, hal ini diduga oleh adanya jenis baru dalam fitur gosend yakni gosend sameday dimana pengemudi gosend tidak langsung mengirimkan barang, namun batasannya barang akan dikirimkan dihari yang sama. Dengan adanya hal tersebut, banyak konsumen yang memilih aplikasi gosend sameday karena tarifnya lebih murah namun masih belum menimbulkan risiko waktu yang tinggi bagi konsumen. Pada dimensi *financial product* terdapat indikasi tingginya persepsi risiko yang ditangkap oleh konsumen akan pengiriman barang melalui gosend. Hal tersebut dapat terlihat dari besarnya persentase yang dihasilkan dari responden (akumulasi dari jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, dan biasa saja). Dengan adanya indikasi ini maka gosend harus mampu memberikan satu tempat khusus untuk gosend meletakkan barang yang

akan dikirim (contohnya tas) atau mensosialisasikan kepada konsumen terkait penggantian dan konsekuensi jika barang hilang saat pengiriman menggunakan gosend.

- c. Berdasarkan hasil dari kuesioner ternyata responden yang cenderung memberi respon negatif bahwa pengalaman pengiriman barang menggunakan gosend masih kurang baik. Hal tersebut ditunjukkan dari dimensi *experience in environment* (akumulasi dari jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, dan agak tidak setuju) menunjukkan pengalaman konsumen pada ringkasan perjalanan gosend kurang mewakili laporan pengiriman. Hal ini diduga disebabkan oleh tidak adanya laporan siapa yang telah menerima barang pada ringkasan pengiriman di aplikasi gosend. Berdasarkan penelitian tersebut, ada baiknya gosend menambah detail siapa penerima barang pada ringkasan pengiriman di aplikasi gojek.
- d. Dalam hasil penelitian ini dalam dimensi pencarian informasi bagi responden cukup tinggi. Terbukti dari rendahnya respon negatif pada indikator tersebut. Hal ini diduga karena jasa gosend memang dibutuhkan oleh masyarakat. Mengingat ada satu item pertanyaan yang drop karena hampir semua setuju bahwasanya gosend memang dibutuhkan. Kemampuan gosend mengirimkan barang 1-2 jam atau pengiriman dalam hari yang sama menjadi penolong bagi para konsumen yang membutuhkan pengiriman cepat. Sedangkan jika menggunakan ekspedisi biasa akan memakan waktu paling cepat satu

hari setelah hari pengiriman. Total keseluruhan indikator pada variabel niat beli memiliki respon negatif masih terbilang cukup tinggi sehingga gosend masih perlu melakukan promosi agar konsumen meningkatkan niat menggunakan jasa gosend dalam pengiriman barang. Terlebih pada pelajar dan lansia dari segi karakteristik konsumen berdasarkan usia, sedangkan berdasarkan pendapatan perbulan, gosend cukup bagus merangkul konsumen berpendapatan dibawah satu juta, hal ini membuktikan bahwa tarif yang diberlakukan gosend cukup baik dimata konsumen pada kelas ekonomi menengah kebawah. Selain itu dengan mayoritas pengguna belum menikah, mahasiswa dan karyawan berjenis kelamin perempuan dengan umur 18-25 tahun dan minimal pendidikan S1 maka, gosend sebaiknya menyesuaikan diskon atau event event tertentu dengan kalangan pelanggan, serta mengadakan acara-acara yang disponsori oleh gosend sehingga dapat menarik perhatian dari golongan umur lainya yang menjadi minoritas seperti pelanggan berjenis kelamin laki-laki atau pelanggan dengan range usia 26 keatas.

- e. Seluruh saran diatas dapat diadopsi atau diaplikasikan pada perusahaan sejenis yang memiliki sistem penawaran jasa pengiriman barang secara online.