

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data terhadap berbagai variabel penelitian yang berjudul : “Pengaruh iklan televisi Tokobagus terhadap tingkat kepercayaan masyarakat Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara”, peneliti memberikan kesimpulan terhadap penelitian ini sebagai berikut:

Peneliti mendapati bahwa pengaruh pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara, menyetujui terhadap dengan adanya iklan televisi Tokobagus. Adanya pengaruh tersebut terhadap kepercayaan dengan iklan televisi, dimana unsur-unsur kreatifitas iklan Tokobagus tersebut dapat memenuhi harapan dan berada pada level cukup baik yang dapat mempengaruhi pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara untuk menggunakan tokobagus.com

Penayangan iklan televisi Tokobagus, memberikan pengaruh, yaitu pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen, dimana unsur-unsur dalam *trusting belief* dan *trusting intention* iklan televisi tersebut dapat memenuhi harapan dan dapat membantu untuk menggunakan jasa jual beli *online* di benak pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis deskriptif variabel, dimana responden memilih kategori “S” (Setuju) memiliki





kepercayaan dengan adanya iklan televisi Tokobagus dalam menggunakan tokobagus.com untuk melakukan transaksi *online*.

Penayangan iklan televisi Tokobagus di televisi memberikan peningkatan pengaruh yang cukup signifikan sebesar 31,9% terhadap pembentukan kepercayaan didalam pemirsa Kelapa Gadin Timur, Jakarta Utara. Hal ini terjadi dengan angka 31,9% kemungkinan dengan adanya gangguan dari sekitar ketika melihat iklan Tokobagus di media televisi seperti gangguan dari sekeliling orang sekitar khalayak yang melihat iklan televisi Tokobagus untuk mempengaruhi untuk tidak terlalu percaya dan menjadi ambigu untuk menggunakan jasa jual beli *online*.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah memiliki pengaruh iklan televisi Tokobagus terhadap tingkat kepercayaan konsumen sebesar 31,9% dalam penayangan iklan untuk menggunakan jasa jual beli *online* tokobagus.com.

## B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan sebelumnya dan hasil penelitian dari bab IV, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat membantu peningkatan kepercayaan konsumen dengan Tokobags.com.

### 1. Saran Akademis

- Bagi mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa, penelitian dapat menggunakan metode kualitatif agar hasil menjadi lebih seimbang dan dapat dikaji melalui dua pandangan yang berbeda.



- b. Bagi mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa, untuk lebih memilih responden yang cakupannya lebih luas, seperti masyarakat Jakarta Utara. Dikarenakan dapat lebih mudah untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**2. Saran Praktis**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

- a. Dalam penayangan iklan Tokobagus tidak menggunakan *celebrity endorse*, seharusnya menggunakan *celebrity endorse*, agar para masyarakat lebih mempercayai dalam menggunakan jasa jual beli *online* tokobagus.com. Ketika masyarakat melihat iklan Tokobagus dengan peran iklan hanya masyarakat biasa, masyarakat kurang mempercayai semaksimal mungkin untuk menggunakan jasa jual beli *online*, dengan menggunakan *celebrity endorse* kemungkinan masyarakat akan lebih mempercayai dan menggunakan jasa jual beli *online* tokobagus.com
- b. Situs Tokobagus seharusnya memperkuat dalam registrasi jasa jual beli *online* tokobagus.com seperti identitas dalam pendaftaran seperti menggunakan no KTP dalam melakukan registrasi untuk menjaga kepercayaan konsumen, karena dalam melakukan registrasi tidak terlalu lengkap dan kurang dipercaya dalam pengumpulan data penjual dalam melakukan jual beli *online*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.