

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang diperoleh maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengajuan Kredit Pembiayaan di PT FIFGROUP Bekasi. Hasil tersebut didukung oleh teori Kotler dan Keller (2009: 172) yang menyatakan bahwa promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Semakin sering kegiatan promosi akan semakin banyak seseorang mengenal dan tertarik dengan produk yang ditawarkan.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengajuan Kredit Pembiayaan di PT FIFGROUP Bekasi. Hasil penelitian tersebut didukung oleh teori dari Tjiptono (2012: 157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jika kualitas pelayanan yang diterima konsumen atau nasabah baik dan memuaskan, maka konsumen atau nasabah akan memutuskan melakukan proses pengambilan kredit di PT FIFGROUP Bekasi tersebut dan sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diterima konsumen atau nasabah kurang baik dan kurang memuaskan, maka nasabah akan memutuskan pindah ke tempat lain.
3. Promosi dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengajuan Kredit Pembiayaan di PT FIFGROUP Bekasi.

5.2 Implikasi Manajerial

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak PT FIFGROUP Bekasi dapat meningkatkan promosi dan citra perusahaan yang diberikan kepada nasabahnya, karena terbukti bahwa promosi memberi pengaruh dalam Keputusan Konsumen Dalam Pengajuan Kredit Pembiayaan di PT FIFGROUP Bekasi.
2. Diharapkan pihak PT FIFGROUP Bekasi melakukan peningkatan kesesuaian, keinginan dan ekspektasi konsumen atau nasabah dengan proses pelayanan yang lebih cepat dan tanggap.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai jembatan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya di bidang kajian yang sama. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya memperluas variabel yang akan diteliti sehingga memberikan hasil yang lebih akurat.

