BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Model penelitian menggunakan variabel Produk, Harga, Tempat, Promosi, Karyawan, Proses, *Physical Evidence* dan Keputusan Kredit. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada 165 orang responden, yaitu responden nasabah yang berkeputusan mengambil/membeli Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Data pada penelitian ini diolah menggunakan *SPSS* 20 *for windows.*

Berdasarkan hasil penelitian dengan pengujian SPSS dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor Produk memiliki peran penting dalam meningkakan preferensi konsumen terhadap Keputusan Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Produk di Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi Keputusan Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang, artinya semakin bagus Produk yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin meningkat pula keputusan Nasabah untuk mengambil kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang.
2. Faktor Harga memiliki peran penting dalam meningkakan preferensi konsumen terhadap Keputusan Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi Keputusan

Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang artinya semakin rendah harga yang dirasakan Nasabah, maka semakin meningkat pula keputusan Nasabah untuk mengambil kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang .

3. Faktor Tempat memiliki peran penting dalam meningkakan preferensi konsumen terhadap Keputusan Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tempat pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi Keputusan Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang artinya Tempat strategis yang dirasakan Nasabah, maka semakin meningkat pula keputusan Nasabah untuk mengambil kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang .
4. Faktor Promosi memiliki peran penting dalam meningkakan preferensi konsumen terhadap Keputusan Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi Keputusan Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang artinya semakin baik Promosi yang dirasakan Nasabah, maka semakin meningkat pula keputusan Nasabah untuk mengambil kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang.
5. Faktor Karyawan memiliki peran penting dalam meningkakan preferensi konsumen terhadap Keputusan Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Karyawan pada

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi Keputusan Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang artinya semakin bagus pelayanan yang di berikan oleh Karyawan kepada Nasabah, maka semakin meningkat pula keputusan Nasabah untuk mengambil kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang .

6. Faktor Prosess memiliki peran penting dalam meningkakan preferensi konsumen terhadap Keputusan Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Proses pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi Keputusan Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang tersebut. Hal ini mengandung arti bahwa Proses yang mudah dan cepat yang dirasakan Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi Keputusan Kredit Nasabah.
7. Faktor *Physical Evidence* memiliki peran penting dalam meningkakan preferensi konsumen terhadap Keputusan Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Physical Evidence* pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi Keputusan Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang artinya semakin bagus *Physical Evidence* yang ditampilkan kepada Nasabah, maka semakin meningkat pula keputusan Nasabah untuk mengambil kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang .

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi nilai *adjusted* R^2 adalah sebesar 0,710 angka ini menjelaskan bahwa sebesar 71,0 % Keputusan Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat dijelaskan oleh variabel Produk , Harga, Tempat , Promosi, Karyawan, Process, *Physical Evidence* dan sisanya sebesar 29 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Karyawan, Proses, *Physical Evidence* harus ditingkatkan guna untuk menghasilkan Keputusan Kredit Nasabah yang lebih tinggi pula.

5.2 Implikasi Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi bagi Bank Nagari Cabang Utama Padang untuk lebih memperhatikan Produk, Harga, Tempat, Promosi, Karyawan, Proses, *Physical Evidence* karena ketujuh hal tersebut saling berhubungan dan mempengaruhi Keputusan Kredit Nasabah. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa Harga berpengaruh besar terhadap Keputusan Kredit pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Hal ini merupakan faktor utama yang dapat digunakan oleh Manajemen Bank Nagari Cabang Utama Padang untuk meningkatkan Keputusan Kredit Nasabah. Hal yang menarik lainnya dilihat dari Bank Nagari Cabang Utama Padang yang memiliki pengaruh paling dominan yaitu Proses yang mudah dan cepat untuk meningkatkan Keputusan Kredit Nasabah. Selanjutnya hal yang menarik lainnya dilihat dari Bank Nagari Cabang Utama Padang yang memiliki pengaruh dominan yaitu Produk untuk Keputusan Kredit Nasabah. Serta hal yang menarik lainnya dilihat dari Bank Nagari Cabang Utama Padang yang memiliki pengaruh dominan yaitu

Promosi untuk meningkatkan Keputusan Kredit Nasabah. Manajemen Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat meningkatkan Keputusan Kredit Nasabah dengan cara mencari hal yang menarik untuk meningkatkan Keputusan Kredit Nasabah. Manajemen Bank Nagari bisa meningkatkan Keputusan Kredit Nasabah dengan cara Karyawan atau karyawan yang mampu memberikan pelayanan yang menyenangkan, tempat yang strategis serta, serta *Physical Evidence* yang menarik untuk meningkatkan Keputusan Kredit Nasabah.

Temuan dalam penelitian ini mempunyai implikasi penting bagi Manajemen Bank Nagari Cabang Utama Padang agar dapat memberikan bunga yang rendah dan meningkatkan proses yang mudah dan cepat serta meningkatkan produk yang banyak pilihan untuk meningkatkan Keputusan Kredit Nasabah karena dengan langkah–langkah tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap Keputusan Kredit Nasabah .

Dari Temuan penelitian ini dapat menjadi acuan kepada manajemen untuk meningkatkan seluruh aspek *service marketing mix* untuk menghadapi persaingan pada lembaga perbankan yang semakin kompetitif dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Produk berpengaruh terhadap Keputusan Kredit, hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus Produk KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang, maka semakin tinggi keputusan kredit pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Selain itu semakin bagus Produk Bank, maka semakin termotivasi nasabah untuk mengambil kredit pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Unsur yang pertama kredit sangat penting dalam suatu

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

produk dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan kredit. Produk merupakan elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Penawaran inilah yang menjadi dasar bagi perusahaan dalam membangun hal yang menguntungkan dengan konsumen. Melalui bermacam–macam produk inilah konsumen mampu untuk membedakan dan mendefenisikan produk pada atribut-atribut yang dianggap penting dalam pengambilan keputusan kredit di Bank. Produk sangat efektif dalam mempengaruhi Keputusan Kredit konsumen pada Bank Nagari Cabang Utama Padang, dimana dengan Produk yang bagus akan mempengaruhi Nasabah untuk keputusan kredit.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga merupakan faktor yang paling dominan yang dapat mempengaruhi Keputusan Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang artinya semakin rendah Harga yang dirasakan Nasabah, maka semakin meningkat pula keputusan Nasabah untuk mengambil kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Dengan Demikian sehingga manajemen harus cermat dalam mengelola kebijakan harga karena Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan karena unsur yang lain adalah mengeluarkan biaya (Stepanus, 2013). Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan lembaga Perbankan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa kredit ke Bank.

3. Tempat, baik itu kantor atau ATM harus menjadi perhatian serius untuk di perhatikan sehingga kantor dan ATM yang memiliki tempat yang strategis dan memiliki peran penting terhadap Keputusan Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang Utama Padang. Tempat atau lokasi yang strategis akan menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan karena mudah terjangkau oleh konsumen, lokasi yang strategis dapat mempengaruhi pengurangan biaya *marketing*, sebaliknya lokasi yang kurang strategis akan membutuhkan biaya *marketing* lebih mahal untuk menarik konsumen agar berkunjung. Dekorasi dan desain sering menjadi daya tarik tersendiri bagi para target konsumen. Kondisi bangunan juga menjadi persyaratan yang memberikan kenyamanan sehingga nasabah Bank Nagari merasa nyaman. Secara umum, tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi suatu cabang/*outlet*, termasuk Bank Nagari adalah sebagi berikut :

   a. Agar Bank dapat menentukan lokasi yang tepat serta strategis untuk lokasi kantor cabang basis, kantor cabang pembantu, serta kantor kas. Tujuannya adalah agar dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi atau beraktivitas bisnis yang terkait dengan lembaga perbankan.

   b. Agar Bank dapat menentukan serta membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan guna melayani nasabah.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

c. Agar Bank dapat menentukan layout yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan dan kenyamanan bagi nasabahnya. Hal ini merupakan upaya agar nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi dengan pihak Bank, bahkan bila memungkinkan dapat menjadikan Bank sebagai rumah keduanya.

d. Agar Bank dapat menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari-hari atau jam-jam sibuk di depan teller. Sehingga, dengan demikian, nasabah dapat dilayani secara cepat, tepat dan akurat. Selain itu, bank juga harus mampu memberikan kenyamanan agar nasabah tidak merasa bosan atau bahkan marah ketika harus menunggu antrian. Hal ini bisa dilakukan dengan meletakkan sarana hiburan, seperti pesawat televisi dalam ruang tunggu.

4. Faktor Promosi memiliki peran penting dalam memperkenalkan produk KPR Bank Nagari ke konsumen sehingga semakin Baik Promosi yang dilakukan akan meningkatkan preferensi konsumen terhadap Keputusan Kredit KPR pada Bank Nagari Cabang, Agar kegiatan promosi dari suatu perusahaan efektif, maka kegiatan promosi tersebut harus diintegrasikan dengan strategi-strategi pemasaran lainnya. sehingga Pihak Manajemen harus kreatif dalam melakukan promosi dan harus jeli mengetahui, media mana yang paling dominan yang sesuai dengan target yang konsumen yang di inginkan.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan atau karyawan di Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi Keputusan Kredit. Bank Nagari Sebagai perusahaaan jasa sangat bergantung pada hubungan

langsung, interaksi individu antara pelanggan/pelanggan dengan karyawan Bank Nagari. Interaksi yang terbentuk secara alami ini berpengaruh kuat terhadap persepsi pelanggan/ dari kualitas jasa tersebut. Pelanggan terkadang menilai kualitas jasa yang mereka terima sangat besar pada penilaian mereka terhadap karyawan Bank Nagari yang menyediakan jasa tersebut. Karyawan merupakan aset utama yang harus di kelola dan di latih oleh Manajemen Bank Nagari karena dalam industri jasa terlebih lagi *people* yang merupakan pelanggan dengan performance tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap pelanggan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan *knowledge* (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik di luar. Faktor penting lainnnya dalam people adalah *attitude* dan *motivation* dari pelanggan dalam industri jasa. *Moment of truth* akan terjadi pada saat terjadi kontak antara pelanggan dan konsumen. *Attitude* sangat penting, dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan pelanggan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi pelanggan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspetasikan.

6. Proses adalah bagian dari *Marketing Mix* di Bank Nagari yang mempengaruhi Keputusan Kredit karena begerak di bidang jasa, maka penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

bermutu,yang memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Tingkat kualitas pelayanan harus dipandang melalui sudut pandang penilaian pelanggan, karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan kualitas pelayanan adalah merupakan fungsi harapan pelanggan pada pra-pembelian. Pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti kinerja suatu jasa, yaitu perbandingan terhadap kehandalan (*excellence)* dalam *service counter* yang dilakukan oleh pelanggan. Dalam penelitiannya lebih lanjut, (Parasuraman, Berry, dan Zeithamal, 2007), mengidentifikasikan dan merangkum kesepuluh dimensi kualitas pelayanan tersebut menjadi lima dimensi kualitas pelayanan yaitu :

a. Kehandalan (*reliability*), didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan jasa sebagaimana yang dijanjikan secara akurat. Hal ini menyangkut memegang janji-janji, seperti janji tentang pengiriman, harga,dan lain-lain.

b. Daya tanggap (*Responsiveness*), didefinisikan sebagai keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang dibutuhkan. Dimensi ini menekankan perilaku personil jasa untuk lebih perhatian terhadap permintaan pelanggan, pertanyaan dan menanggapi keluhannya.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

c. Jaminan (*Assurance)*, dedifinisikan sebagai dimensi kualitas pelayanan yang menitikberatkan pada kemampuan untuk menghargai kepercayaan dan kerahasiaan.

d. Empati (*Emphaty*), didefinisikan sebagai aspek pelayanan yang menekankan pelayanan pelanggan sebagai seseorang individu.

e. Keterwujudan/bukti fisik (*Tangible*), didefinisikan sebagai dimensi pelayanan yang menitikberatkan pada elemen-elemen yang mewakili pelayanan secara fisik

7. Bank Nagari sebagai Perusahaan jasa perlu untuk mengelola *Physical Evidence* (Bukti Fisik) dengan sangat hati-hati, hal ini di karenakan bukti fisik memberikan dampak berupa kekaguman dan kesan tersendiri dari para pelanggan Bank Nagari. Umumnya, pada perusahaan jasa yang memiliki sedikit element benda berwujud, misalnya perusahaan asuransi, dimana advertensi sering kali digunakan untuk menciptakan simbol yang berarti

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dari beberapa aspek, seperti aspek kajian penelitian (teori, variabel, model penelitian) maupun aspek metodologi (pemilihan sampel, metode analisis, dan lain-lain). Penelitian ini berfokus pada pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi, Karyawan, Proses, *Physical Evidence* terhadap Keputusan Kredit Nasabah. Disamping itu, masih terdapat berbagai faktor lainnya dalam kaitannya dengan Keputusan Kredit yang menarik untuk diuji pada penelitian.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Kemudian dari aspek metodologi, penelitian ini berfokus pada kajian terhadap Bank Nagari Cabang Utama Padang untuk pengujian sampel dalam konteks yang lebih luas disarankan dalam penelitian berikutnya, seperti dalam konteks beberapa provinsi maupun kajian lebih luas seperti kajian dalam konteks Indonesia. Keterbatasan lain adalah penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dalam pengambilan sampel serta dengan jumlah 165 responden penelitian. Teknik-teknik lain sangat disarankan, terutama teknik *probability sampling*, sehingga menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi secara utuh. Kajian yang lebih luas dari jumlah sampel sangat disarankan dalam rangka memetakan kajian keputusan kewirausahaan, sehingga dapat dikaji dalam konteks cakupan penelitian yang lebih luas.

5.4 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
   a. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada Produk, Harga, Tempat, Promosi, Karyawan, Proses, *Physical Evidence* terhadap Keputusan Kredit, untuk itu diharapkan penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dan menambahkan variabel lain yang juga ikut mempengaruhi Keputusan Kredit.
   b. Rekomendasi yang dapat diberikan bagi penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian dengan objek Bank lain agar dapat dibandingkan dengan hasil penelitian ini.

c. Penelitian selanjutnya dapat memperluas area penelitian tidak hanya masyarakat sekitar Padang saja yang dijadikan responden dan memperbanyak jumlah responden, sehingga hasil penelitian dapat digunakan pada Bank Nagari lainnya yang ada di luar Padang.

2. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi positif bagi mahasiswa dan dapat membantu pemahaman dalam mengetahui faktor faktor yang dapat meningkatkan Keputusan Kredit Nasabah, pemahaman mahasiswa di masa yang akan datang dengan yang lebih baik lagi dan diharapkan lebih aktif baik dalam kegiatan seminar ataupun pelatihan pemasaran Perbankan.

Penelitian ini membuktikan bahwa Keputusan Kredit Nasabah pada Bank Nagari Cabang Utama Padang memiliki keputusan yang besar untuk pengembangan usaha jasa yang lebih baik lagi maka diharapkan mahasiswa untuk tidak takut lagi untuk terjun kedalam kegiatan pemasaran.

3. Bagi Pihak Bank Nagari Cabang Utama Padang

Dengan adanya pengelolaan yang cukup baik dalam manajemen *marketing mix* (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Karyawan, Proses, *Pshysical Evidence*) pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dalam penelitian ini, maka akan memberikan daya tarik dan kenyamanan dalam melakukan kredit, sehingga nasabah puas dan mempromosikan Bank Nagari Cabang Utama Padang kepada orang lain dengan arti lain dapat

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

meningkatkan penjualan dan juga citra dari Bank Nagari Cabang Utama Padang. Selain itu, Bank Nagari Cabang Utama Padang harus memperhatikan faktor-faktor lain dengan baik di luar Produk, Harga, Tempat, Promosi, Karyawan, Proses, *Physical Evidence*, mengingat Keputusan Kredit pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya, pihak Bank Nagari Cabang Utama Padang juga harus meningkatkan variasi produk, karena dengan banyaknya variasi produk keputusan Nasabah membeli akan lebih banyak.

Serta Proses yang cepat harus ditingkatkan kepada nasabah lain di luar PNS oleh Bank Nagari Cabang Utama Padang sebaiknya memberikan bunga yang rendah harus dipertahankan agar nasabah tidak pindah ke Bank lain dengan menawar bunga yang menarik.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA