

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan fasilitas kredit usaha mikro pada Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia Bandar Lampung maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel X1, X2 dan Y memiliki kinerja yang berbeda. Bauran Pemasaran (X1) memiliki skor tertinggi adalah sarana fisik sebesar 854 dan produk sebesar 849 sedangkan skor terendah adalah promosi sebesar 781 dan lokasi sebesar 769. Rata-rata penilaian nasabah mengenai Bauran Pemasaran berdasarkan distribusi frekuensi sebesar 56,25% menjawab setuju. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki skor tertinggi adalah *assurance* sebesar 889 dan *tangible* sebesar 869 sedangkan skor terendah adalah *reliability* sebesar 862 dan *empaty* sebesar 859. Rata-rata penilaian nasabah mengenai Kualitas Pelayanan berdasarkan distribusi frekuensi sebesar 53,67% menjawab setuju. Variabel Keputusan Menggunakan Kredit Usaha Mikro (Y) yang memiliki skor tertinggi adalah pasca pembelian sebesar 887 dan yang memiliki skor terendah adalah evaluasi alternatif sebesar 871. Rata-rata penilaian nasabah mengenai Keputusan Menggunakan Kredit Usaha Mikro berdasarkan distribusi frekuensi sebesar 58,9% menjawab setuju.
2. Bauran Pemasaran yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, physical evidance* dan *process* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Kredit Usaha Mikro pada Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia Bandar Lampung sebesar 0,58 atau 58%. Dan Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *tangible, empaty, reliability, responsiveness, assurance* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Kredit Usaha Mikro pada Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia Bandar Lampung sebesar -0,21 atau -21%.
3. Rancangan Pengambilan Keputusan, adapun indikator-indikator Bauran Pemasaran yang berada pada kuadran A (prioritas utama) yaitu Lokasi, kuadaran B (pertahankan prestasi) yaitu Produk dan Harga, kuadran C (prioritas rendah) yaitu promosi, kuadran D (berlebihan) adalah Orang, Sarana Fisik dan Proses. Sedangkan indikator-indikator Kualitas Pelayanan yang berada pada Kuadran A (prioritas rendah) , tidak ada indikator yang masuk dalam kriteria ini, kuadran B (prioritas prestasi) yaitu *Tangible* dan *Assurance*, kuadran C (prioritas rendah) yaitu *Empathy, Reliability* dan *Responsiveness*, kuadran D (berlebihan) adalah tidak ada indikator yang masuk dalam kriteria ini.

#### B. Saran

Setelah mengetahui kesimpulan yang didapat melalui perhitungan untuk mengetahui pengaruh antar variabel, beberapa saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian deskriptif diketahui bahwa sarana fisik pada Bauran Pemasaran (X1) dan *assurance* pada Kualitas Pelayanan (X2) memberikan kontribusi tertinggi pada keputusan menggunakan fasilitas Kredit Usaha Mikro pada PT Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia, oleh karena itu PT Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia terus memperhatikan sarana fisik dan meningkatkan *assurance* (jaminan) sehingga nasabah percaya terhadap PT Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia akan memutuskan untuk terus menggunakan fasilitas Kredit Usaha Mikro secara *continue* dan loyal. Lokasi pada Bauran Pemasaran (X1) dan *Empathy* pada Kualitas Pelayanan (X2) memberikan kontribusi terendah pada keputusan menggunakan fasilitas Kredit Usaha Mikro di PT Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia, dikarenakan sarana transportasi menuju lokasi kurang memadai dan kurangnya kemampuan karyawan bank untuk memahami keinginan dari nasabahnya.
2. Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis *Struktural Equation Model (SEM)* diketahui bahwa Bauran Pemasaran yang terdiri dari (*product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*) berpengaruh positif/signifikan, oleh karena itu PT Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia sebaiknya terus meningkatkan dan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah, karena Bauran Pemasaran lebih diperhatikan dan menjadikan acuan nasabah dalam memutuskan menggunakan fasilitas Kredit Usaha Mikro. Namun Kualitas Pelayanan diketahui berpengaruh negatif/tidak signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Fasilitas Kredit Usaha Mikro Pada PT Bank Mandiri Mikro Bussines Unit Cabang Cut Meutia, oleh karena itu Kualitas Pelayanan perlu ditingkatkan, dikarenakan bank merupakan industri jasa yang dituntut memberikan pelayanan terbaik agar nasabah tidak beralih kepada *competitor*.
3. Semakin baik strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan maka akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan diagram *cartecius* untuk membuat rancangan pengambilan keputusan diketahui bahwa indikator lokasi pada Bauran Pemasaran (X1) berada pada kuadran A, hal ini berarti lokasi perlu diprioritaskan oleh bank, karena lokasi yang strategis tentunya akan memudahkan konsumen untuk datang ke bank tersebut. Pada kuadran B pada variabel Bauran Pemasaran terdapat indikator produk dan harga, sedangkan pada variabel kualitas pelayanan terdapat *tangible* dan *assurance*. Hal ini berarti bahwa indikator-indikator tersebut perlu dipertahankan karena sudah sesuai dengan keinginan konsumen.