

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji, analisis dan pembahasan terlihat bahwa produk berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari terutama pada indikator produk kredit menarik dengan jawaban setuju (S) sebesar 28,6%. Harga juga berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit terutama pada indikator biaya administrasi yang bersahabat dengan jawaban setuju (S) sebesar 50,0%. Tempat berpengaruh namun tidak signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit, hal ini bisa dilihat dari indikator lokasi yang strategis serta tempat parkir yang luas dan aman dengan jawaban setuju (S) sebesar 41,1%. Sedangkan promosi memiliki pengaruh yang negatif pada keputusan pembelian nasabah kredit terutama pada indikator melakukan promosi dengan menjelaskan setiap produk secara langsung kepada nasabah dengan jawaban kurang setuju (KS) sebesar 39,3%. Proses berpengaruh positif namun tidak signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit terutama pada indikator melakukan administrasi dengan cepat dengan jawaban setuju (S) sebesar 41,1%. Orang memiliki pengaruh yang negatif pada keputusan pembelian nasabah kredit terutama pada indikator karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan nasabah dengan jawaban kurang setuju (KS) sebesar 37,5%. Bukti fisik memiliki pengaruh yang negatif pada keputusan pembelian nasabah kredit terutama pada indikator interior ruangan pelayanan menarik dengan jawaban kurang setuju (KS) sebesar 37,5%.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.
3. Tempat berpengaruh positif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.
4. Promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.
5. Proses berpengaruh positif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.
6. Orang berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.
7. Bukti fisik berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.
8. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah dipaparkan, berikut saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT. BPR Cempaka Mitra Nagari dalam meningkatkan keputusan pembelian nasabah kredit:

1. Produk pada bauran pemasaran berdasarkan jawaban responden dan hasil uji bahwa PT. BPR Cempaka Mitra Nagari dapat meningkatkan keputusan pembelian nasabah kredit dengan cara melakukan penambahan jenis produk kredit yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Jenis kredit yang ditawarkan kepada nasabah adalah sebagai berikut:

No	Nama Kredit	Penjelasan
1	Modal Kerja	Kredit yang diberikan kepada nasabah sebagai modal usaha misal berdagang.
2	Investasi	Kredit yang diberikan kepada nasabah untuk keperluan perbaikan atau penambahan asset usaha dan fasilitas lainnya. Misalnya membangun gudang, pabrik, dll.
3	Konsumtif	Kredit yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi atau mencukupi kebutuhan/keperluan hidup sehari-hari yang tidak dapat dipenuhi dengan penghasilan yang diperoleh, seperti biaya sekolah anak.
4	Tawafku	Kredit yang diberikan kepada nasabah untuk menjalankan ibadah umroh sesuai dengan ajaran agama Islam.

Penambahan produk berupa kredit tawafku dimaksudkan untuk membantu masyarakat maupun pemilik UMKM yang mayoritas memiliki penghasilan menengah ke bawah agar tetap bisa menjalankan ibadah sesuai dengan Syariah Islam. Melakukan kerjasama dengan UMKM serupa untuk memberikan kredit modal kerja kepada salah satu lokasi yang menjadi pusat oleh-oleh khas Sumatera Barat, seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 6.1 Oleh-Oleh Khas Sumatera Barat

Hal ini juga menjadi upaya untuk membantu pemerintah daerah melestarikan UMKM serta makanan khas Sumatera Barat kepada masyarakat luas.

2. Harga pada bauran pemasaran, berdasarkan jawaban responden dan hasil uji diharapkan PT. BPR Cempaka Mitra Nagari meningkatkannya dengan cara memberikan diskon berupa potongan harga untuk biaya akad kredit bagi setiap nasabah yang memiliki catatan baik atau yang sebelumnya sudah pernah menjadi nasabah kredit dengan minimal kredit Rp. 100.000.000,- di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari.
3. Tempat pada bauran pemasaran diartikan juga sebagai saluran distribusi, berdasarkan jawaban responden dan hasil uji diharapkan PT. BPR Cempaka Mitra Nagari mampu meningkatkannya dengan cara berpartisipasi menjadi *tenant* pada acara yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah Kota Padang yang berhubungan dengan UMKM, menyewa dan membuka *stand* di sekitaran pasar Simpang Haru dimana terjadinya hubungan secara langsung dengan pemilik usaha yang berpotensi menjadi calon nasabah kredit di PT. BPR Cempaka Mitra Nagari, bekerjasama dengan beberapa UMKM untuk meletakkan atribut maupun brosur PT. BPR Cempaka Mitra Nagari pada toko mereka.
4. Proses pada bauran pemasaran, berdasarkan jawaban dan hasil uji diharapkan PT. BPR Cempaka Mitra Nagari dapat meningkatkannya dengan cara mempersingkat waktu untuk pengecekan data di iDeb (penyedia informasi debitur) disamping kendala jaringan maupun server OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang memiliki gangguan. Bila calon nasabah tersebut tidak memiliki catatan buruk pada bank manapun, proses analisa data

lain harus dilakukan sesegerakan mungkin dengan maksimal 1 sampai 2 hari kerja. Saat pencairan sudah bisa dilakukan maka nasabah harus dihubungi untuk datang ke kantor dengan memberikan maksimal waktu pencarian hingga pukul 16:00 WIB, proses cicilan bisa dilakukan dengan transfer melalui Bank Nagari, datang langsung ke kantor PT. BPR Cempaka Mitra nagari, ataupun dijemput ke rumah maupun tempat usaha nasabah oleh salah satu *staff marketing*, menciptakan aplikasi yang *friendly user* untuk mempermudah calon nasabah dalam pendaftaran menjadi nasabah kredit sehingga bagi nasabah yang bertempat tinggal cukup jauh dari kantor BPR Cempaka Mitra Nagari bisa mendaftar tanpa datang langsung. Hal ini juga bisa meminimalisir waktu yang digunakan untuk analisa data setiap calon nasabah kredit.