

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari Bab sebelumnya, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan melakukan pengolahan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 120 responden tentang “Pengaruh Gaya Hidup dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega Tbk, cabang Bogor.” Penelitian ini dilakukan pengujian dengan bantuan perangkat aplikasi komputer SPSS 23. Adapula kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara gaya hidup terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk, cabang Bogor. Hal ini terlihat dari hasil uji T yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,908 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 (5%) didapat t tabel sebesar 1,657, ini menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel ($4,908 > 1,657$), artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk, cabang Bogor

2. Terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk, cabang Bogor. Hal ini terlihat dari hasil uji T yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,335 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 (5%) didapat t tabel sebesar 1,657, ini menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($6,335 > 1,657$), artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk, cabang Bogor

3. Terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara gaya hidup dan inovasi produk terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk, cabang Bogor, Hal ini terlihat dari hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 100,463 dengan tingkat signifikan 0,000 dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 (5%) didapat F tabel sebesar 3,92. Jika F hitung > F tabel pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh) begitupun sebaliknya, jika F hitung < F tabel pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak berpengaruh). Artinya adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima karena F hitung > F tabel ($100,463 > 3,92$), dengan signifikan sebesar 0,0000 atau lebih kecil dari (0,05) 5% sehingga H_1 diterima. Dengan demikian disimpulkan bahwa gaya hidup dan inovasi produk berpengaruh signifikan secara simultan

atau bersama-sama terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk,

4. Dari Tabel 41 model summary diatas menunjukan hasil dari *Adjusted R Square* diperoleh nilai sebesar 0,626 dimana angka tersebut menunjukan bahwa kontribusi semua variabel bebas yaitu gaya hidup (X1) dan inovasi produk (X2) terhadap keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 62,6 dan sisanya sebesar 37,4 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Indikator pencarian informasi pada keputusan nasabah tentang nasabah mencari informasi mengenai kartu kredit Bank Mega Tbk, sebelum membeli produk sangat berpengaruh pada keputusan nasabah sebesar 83. Dan indikator setelah pembelian pada keputusan nasabah yakin sudah mengambil keputusan yang tepat setelah menggunakan produk kartu kredit Bank Mega Tbk, sangat berpengaruh sebesar 68%. Dari ke empat indikator yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan setelah pembelian pada variabel keputusan nasabah, yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk, yaitu tahap pencarian informasi. Variabel gaya hidup dan inovasi produk sama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk, namun variabel inovasi produk lebih berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk,

setelah dilihat dari hasil uji regresi linier berganda sebesar 0,627, sedangkan variabel gaya hidup sebesar 0,514.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian , pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Saran Bagi Perusahaan
 - a. Untuk Bank Mega Tbk, khususnya produk kartu kredit, agar untuk terus menggali kebutuhan pasar, gaya hidup dan *tren* yang terjadi dan dipadukan dengan keunikan dari perusahaan, agar mampu memiliki kepercayaan dari konsumen dan menarik perhatian konsumen baru.
 - b. Untuk Bank Mega Tbk, khususnya untuk produk kartu kredit agar tetap mempertahankan strategi pemasarannya dan lebih mengembangkan lagi inovasi produknya. mengembangkan kantor cabang, pilihan produk, Karna berdasarkan penelitian ini variabel inovasi produk sangat berpengaruh besar terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk,
 - c. Untuk Bank Mega Tbk, khususnya untuk produk kartu kredit agar tetap mempertahankan strategi pemasarannya dengan terus memenuhi kebutuhan nasabahnya, meningkatkan inovasi produk dan melihat gaya hidup masyarakat terkini,

sehingga nasabah akan semakin besar dan akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk, cabang Bogor.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti dengan topik yang sama, disarankan untuk menggunakan metodeologi penelitian dan objek penelitian yang berbeda, agar terlihat perbedaan dan persamaan antar penelitian ini dan penelitian yang dilakukan sehingga akan menambah pengetahuan bagi banyak pihak.
- b. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain seperti pendapatan, brand ambassador dan lain-lain yang berhubungan dengan gaya hidup dan inovasi produk guna meningkatkan keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega yang tidak diteliti dalam penelitian ini.