

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang dapat disimpulkan hal – hal sebagai berikut:

1. Sesuai dengan hasil analisis faktor, dari kelima belas variabel pembentuk faktor memiliki MSA 0,659 ($>0,5$), maka kelima belas variabel tersebut dapat diproses lebih lanjut
2. Berdasarkan initial statistic terdapat 5 faktor yang terbentuk. Hal ini diperoleh dari nilai eigenvalue yang syarat utamanya harus lebih besar dari 1. Nilai prosentase varian dengan faktor menunjukkan seberapa besar pengaruh dan dominasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang. Varian faktor 1 (Transaksi dan Promosi) sebesar 18,667%, varian faktor 2 (Keunggulan) sebesar 18,367%, varian faktor 3 (Ekstra) sebesar 11,819%, varian faktor 4 (Kepemilikan) sebesar 10,805%, dan varian faktor 5 (Gengsi) sebesar 9,150%.
3. Faktor 1 (Transaksi dan Promosi) merupakan faktor yang terbesar nilai prosentase variannya. Hal ini menunjukkan bahwa faktor 1 merupakan faktor yang paling besar pengaruhnya dalam keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang.
4. Kelima faktor mampu menjelaskan 68,808% variasi dari faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang. Faktor Transaksi dan Promosi (faktor1) menjelaskan variasi yang paling besar dibandingkan faktor yang lain yaitu sebesar 18,667%.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Faktor transaksi dan promosi menjadi faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang, maka sebaiknya sistem transaksi kartu kredit ditingkatkan dengan cara menambah *Merchant* sesuai dengan segmen pasar yang dibidik. Promosi juga tetap dilakukan secara terus menerus agar konsumen bisa semakin merasakan manfaat menggunakan kartu kredit dengan cara memperpanjang periode berlakunya promosi hingga 2 sampai 3 bulan.
2. Faktor keunggulan menjadi pilihan kedua dalam keputusan pembelian menggunakan kartu kredit pada konsumen Paragon City Mall Semarang, maka sebaiknya keunggulan dari kartu kredit tetap dipertahankan dan ditingkatkan yaitu: kelonggaran jatuh tempo pembayaran (memperpanjang jatuh tempo pembayaran atau dengan meringankan denda penalty dari keterlambatan pembayaran), besar cicilan (memperkecil bunga cicilan), hutang tanpa jaminan (terus dipertahankan agar rasa saling percaya dan dihargai timbul dari konsumen), dan cadangan kebutuhan (memfasilitasi konsumen dengan membebaskan biaya administrasi gesek tunai hingga 0% oleh pihak bank yang terkait).
3. Faktor ekstra terus dikembangkan agar konsumen merasa tidak jenuh dengan bonus yang didapat dari pihak bank dengan cara mengubah sistem bonus kartu kredit, memberi bonus hanya pada konsumen yang menggunakan kartu kredit dengan sejumlah nominal yang tinggi nilainya namun bonus kartu kredit diubah menjadi barang yang lebih tinggi pula nilainya. Selain itu juga terus mempertahankan syarat kepemilikan kartu kredit untuk dapat mengajukan pinjaman ke bank dengan tujuan agar mempermudah proses pengajuan kredit pada bank.
4. Faktor kepemilikan harus diimbangi dengan pemberian pengetahuan terhadap konsumen yang menggunakan kartu kredit sehingga konsumen tidak hanya

memiliki kartu kredit namun juga menggunakannya. Tidak hanya memiliki karena merasa enggan untuk menolak penawaran kartu kredit namun juga menyadari manfaat dari kartu kredit itu sendiri. Pihak bank dapat mengupayakan hal ini dengan cara meningkatkan pengetahuan dari tenaga *sales* mereka sendiri, memberi pengetahuan secara langsung ke masyarakat dengan berbagai media baik media cetak maupun elektronik, juga dapat dengan memanfaatkan jejaring sosial yang begitu banyaknya dan menjadi trend saat ini.

5. Faktor gengsi sebaiknya tetap dipertahankan sebagai gaya hidup metropolitan di masa kini. Penggunaan kartu kredit akan terus berkembang seiring dengan berkembangnya tuntutan jaman dan gaya hidup masyarakat masa kini di mana masyarakat memiliki daya beli yang lebih tinggi dan lebih konsumtif. Faktor ini sebaiknya disasarkan sesuai dengan segmen konsumen menengah ke bawah karena faktor gengsi akan lebih terlihat.

