

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

1. Dari hasil pengolahan data, saya dapat mengetahui bahwa 82 responden yang menyatakan “setuju” apabila mereka lebih suka berbelanja secara umum dengan menggunakan kartu kredit adalah sebesar 63.1%. Hal ini didukung oleh pernyataan responden, bahwa mereka pada saat membeli barang, mereka lebih suka memakai kartu kredit daripada uang tunai.
2. Produk promosi yang ditawarkan BCA, sebagai insentif dari kepemilikan kartu kreditnya sudah cukup berhasil memancing responden untuk membeli produk promosi tersebut. Sebagian besar frekuensi hasil olah data di atas, responden setuju dengan pernyataan ini. Ini membuktikan bahwa BCA dapat menjadi sarana promosi yang efektif bagi merchant-merchant lainnya.
3. Perubahan gaya hidup mahasiswa setelah memiliki kartu kredit *Side Card* BCA dapat kita lihat dari cara mahasiswa tersebut menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Misalnya saja dengan pernyataan responden pada saat akan menonton film di XXI, mereka sangat tertarik dengan promo terfavorit BCA yaitu *pay one for*

two at the weekends dengan persentase responden yang menyatakan “setuju” adalah sebesar 44% dan yang menyatakan “sangat setuju” mencapai 73%.

4. Dengan melihat hasil perhitungan menggunakan program SPSS, kita dapat melihat bahwa besar pengaruh promosi terhadap perubahan *lifestyle* mahasiswa Universitas Kristen Maranatha antara lain karena atribut produk memiliki besar pengaruh sebesar 3.84%, promosi sebesar 13.84%, keuntungan pengguna sebesar 31.02%, brand personality sebesar 30.80%, brand customer relationship sebesar 34.46%. maka dapat disimpulkan bahwa yang paling berpengaruh dari variabel-variabel promosi di atas adalah keuntungan pengguna, brand personality, dan brand customer relationship

1.2 Saran

Maraknya persaingan dalam dunia kartu kredit di Indonesia saat ini sangatlah kentara dengan semakin banyaknya bank-bank yang juga mengeluarkan kartu kredit dengan konsep gaya hidup masa kini. Oleh karena itu, BCA diharapkan agar lebih dapat berlomba-lomba dengan menarik para nasabahnya agar tetap menggunakan kartu kredit keluaran BCA dan tidak berpindah ke bank lainnya. Salah satu cara untuk mengatasi hal ini adalah dengan lebih menggencarkan lagi promosi-promosi yang dilakukan, yang dapat memberikan nuansa yang berbeda dari promosi-promosi lain yang sama dengan yang juga dikeluarkan oleh bank lain. Misalnya, dengan bekerjasama dengan provider-provider telekomunikasi seperti provider Esia, Indosat, Telkomsel dan XL dengan tema “Nonton Bareng Yuuk..!!” misalnya hanya dengan mengisi ulang pulsa minimal Rp 50.000,-

dengan menggunakan ATM BCA, maka Anda berkesempatan nonton bareng gratis untuk 2 orang di XXI dimanapun hanya dengan menunjukkan bukti tertulis dari pihak BCA. BCA juga diharapkan agar lebih memperhatikan merchant-merchant yang dipilih untuk bekerjasama yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup terutama yang sesuai dengan targetnya anak muda agar dapat lebih diperhatikan. Selanjutnya, hubungan baik dengan merchant-merchant yang telah dipilih pun, BCA harus dapat menjaganya sebaik mungkin, seperti dengan merchant XXI yang menjadi pilihan terfavorit para responden harap diutamakan supaya nasabah yang telah ada, tidak berpindah ke lain bank. Misalnya dengan menambah promosi *pay one for two at the weekends* ditambah harinya misalkan bisa dilakukan juga pada hari rabu atau kamis, dimana orang-orang jenuh dengan kegiatan-kegiatan dalam satu minggu jadi mereka dapat *refreshing* saat dipertengahan hari dalam satu minggu.

Banyak kartu kredit lain dengan berbagai promosi dan keuntungan yang dapat diberikan agar menjadi motivasi supaya BCA menjaga hubungan baik dengan merchant-merchant. Karena dengan ini, BCA dapat meraih perhatian dan juga loyalitas yang dapat tercipta, sehingga BCA dapat menjaring konsumen-konsumen baru di masa yang akan datang. Misalnya saja dengan cara mengadakan acara liburan bersama baik di dalam negeri ataupun ke Luar negeri. Dengan itu, maka hubungan baik antar perusahaan pun akan dapat terjalin.