

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisa data dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab IV, maka kesimpulan yang bisa diambil dari penemuan adalah sebagai berikut..

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai bauran pemasaran dengan melalui produk, price, place, promosi, proses, fisik dan people dilakukan sudah baik, terlihat dari jawaban positif yang diberikan konsumen terhadap pertanyaan yang diajukan.

Untuk dimensi Produk memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan dimensi yang lain. Ini berarti bahwa produk kartu kredit Citibank melambangkan kartu kredit yang berkualitas dan mudah diingai pertama kali. Sedangkan untuk dimensi place memiliki skor terendah.

Ini berarti bahwa dimensi place kartu kredit Citibank belum tersebar secara merata di kota-kota besar atau fasilitas ATM yang tersedia belum begitu banyak sehingga pengguna kartu kredit mengalami kesulitan bila mau mengambil uang lewat ATM Citibank.

2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai penggunaan kartu kredit dengan melalui attention, interest, desire dan action dilakukan sudah baik, terlihat dari jawaban positif yang diberikan responden terhadap pertanyaan yang

diajukan. Untuk dimensi interest memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan dimensi yang lain. Ini berarti bahwa konsumen mempunyai interest yang tinggi terhadap kartu kredit Citibank. Sedangkan untuk dimensi attention memiliki skor terendah. Ini berarti perhatian konsumen untuk menggunakan kartu kredit belum optimal.

3. Dari hasil perhitungan analisa korelasi diketahui bahwa terdapat hubungan yang kuat antara bauran pemasaran dengan penggunaan kartu kredit. Berdasarkan hasil perhitungan p-value hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran dengan penggunaan kartu kredit.

## 5.2 Saran-Saran

Dari penelitian yang telah disampaikan dapat disarankan sebagai berikut:

1. Setelah penelitian ini, perlu dilakukan pengkajian dengan mencari informasi dari faktor-faktor lain lebih lanjut tentang variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan kartu kredit.
2. Perlu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen baik itu sebelum konsumen menggunakan kartu kredit dan setelah menggunakannya.
3. Untuk dimensi place, perusahaan hendaknya menambah fasilitas ATM di berbagai kota.
4. Untuk menarik perhatian konsumen, pihak perusahaan hendaknya memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen agar konsumen menjadi pengguna kartu kredit.