

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS, untuk menguji pengaruh beberapa variabel terhadap Keputusan Pembelian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas Produk tidak mampu menciptakan Keputusan Pembelian di aplikasi Kredit Pintar. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak menjadi tolak ukur yang banyak berkontribusi, sehingga tidak menjadi pertimbangan utama dalam menciptakan keputusan pembelian.
- 2) *Brand Image* mampu meningkatkan Keputusan Pembelian di aplikasi Kredit Pintar. Hal ini berarti semakin baik *Brand Image* yang dimiliki, maka akan semakin besar terciptanya Keputusan Pembelian.
- 3) *Sales Promotion* mampu menciptakan Keputusan Pembelian di aplikasi Kredit Pintar. Hal ini berarti semakin banyak frekuensi *Sales Promotion* yang dilakukan oleh aplikasi Kredit Pintar, maka akan semakin besar terciptanya Keputusan Pembelian.
- 4) Kualitas Produk mampu meningkatkan Keputusan Pembelian melalui *Electronic Word of Mouth*. Hal ini dapat diartikan Kualitas Produk begitu baik untuk bisa menciptakan *electronic word of mouth* di komunitas pengguna melalui *social media* mereka dan mampu memberikan informasi lebih cepat dan mudah kepada

calon konsumen mengenai produk yang dijual sehingga dapat memberikan Kualitas Produk yang positif dan menciptakan Keputusan Pembelian

- 5) *Brand Image* mampu meningkatkan Keputusan Pembelian melalui *Electronic Word of Mouth* karena produk Kredit Pintar mampu membentuk *Brand Image* bahwa produk Kredit Pintar merupakan produk yang berkualitas dan dapat menciptakan *Electronic Word of Mouth* yang dipercaya oleh calon konsumen.
- 6) *Sales Promotion* tidak mampu meningkatkan Keputusan Pembelian melalui *Electronic Word of Mouth*. Hal ini dapat diartikan program-program promosi dari Kredit Pintar di sosial media tidak menjadi pertimbangan utama dalam menciptakan Keputusan Pembelian dari calon konsumen

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain :

- 1) Agar *brand image* dari Aplikasi Kredit Pintar agar terus meningkat, sebaiknya memperbanyak fitur-fitur yang para pesaing dari aplikasi ini sudah hadir terlebih dahulu seperti *paylater*, dan ada *membership premium*. Fitur *paylater* ini bertujuan untuk meningkatkan transaksi konsumen yang ingin membeli barang melalui angsuran tiap bulannya. Aplikasi Kredit Pintar juga sebaiknya hadir di *smartphone* yang berbasis bukan Android saja agar menjangkau seluruh konsumen di Indonesia

- 2) Aplikasi Kredit Pintar dalam kegiatan *sales promotion* di *social media* sebaiknya berdurasi 15 detik yang menampilkan kemudahan dalam menggunakan aplikasi, promo-promo untuk para konsumen baru dan bunga yang rendah untuk peminjaman dana saja agar tidak mengganggu aktifitas konsumen dan calon konsumen di *social media* mereka.
- 3) Aplikasi Kredit Pintar dapat memaksimalkan iklan di televisi, media cetak dan *outdoor advertising* agar menampilkan fitur-fitur dari aplikasi tersebut yang memang mudah digunakan sehingga calon konsumen tidak perlu mencari informasi sebelum membeli produk dari Kredit Pintar.
- 4) Aplikasi Kredit Pintar bisa menampilkan review-review positif dari konsumen tetap di kolom komentar media social Kredit Pintar sehingga *brand image* dari aplikasi tersebut tetap terjaga dan berharap calon konsumen mendapatkan produk yang terpercaya sebelum menggunakannya.