

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan mengenai variabel Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, Keputusan Mengambil Kredit dan Variabel Keunggulan Bersaing sebagai variabel Mediasi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Diferensiasi Produk memberikan kontribusi positif terhadap keputusan mengambil kredit di WOM Finance cabang Sidoarjo. Diferensiasi Produk yang dimaksud dalam hal ini adalah kelebihan yang di miliki oleh WOM Finance dalam pembeda yakni melalui pelayanan yang diberikan terhadap para nasabah agar para nasabah dapat bertahan dengan tingkat pembayaran yang lancar dengan melakukan komunikasi dua arah antara nasabah dan karyawan.
2. Inovasi Produk memberikan kontribusi secara positif terhadap keputusan mengambil kredit di WOM Finance cabang Sidoarjo. Inovasi Produk produk yang di harapkan selalu di perhatikan adalah kemudahan untuk pembayaran yang dinantikan oleh para nasaba agar nasabah tidak perlu berkunjung ke kantor untuk hanya sekedar melakukan pembayaran.
3. Produk Diferensiasi produk memberikan kontribusi secara positif terhadap keputusan mengambil kredit melalui keunggulan bersaing

pada WOM Finance cabang Sidoarjo. Melalui peningkatan produk yang secara terus menerus dalam konteks pengajuan, pembayaran, penagihan WOM Finance selalu melakukan perbaikan untuk kenyamanan para nasabah. Hal tersebutlah yang membuat WOM Finance menjadi pembeda dalam hal pelayanan.

4. Inovasi produk mampu memberikan kontribusi secara positif terhadap keputusan mengambil kredit melalui keunggulan bersaing pada WOM Finance cabang Sidoarjo. Melalui pengembangan WOM Finance memberikan inovasi dalam kemudahan melakukan pengajuan kredit agar nasabah terus bertambah dan semakin terbuka dalam melakukan kredit.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diferensiasi Produk perlu ditingkatkan melalui pelayanan dan variasi produk untuk meningkatkan kepuasan kepada para pelanggan dalam melakukan pengajuan kredit dan pembayaran kredit. Dengan metode pengembangan digitalisasi dan pengembangan aplikasi dan inovasi pembayaran sehingga meningkatkan peminatan pengambilan kredit bagi para nasabah.
2. Inovasi produk melalui peningkatan teknis kedepannya lebih ditingkatkan melalui peningkatan pelayanan dan variasi produk

untuk meningkatkan kepuasan kepada para nasabah dengan dukungan pendidikan dan pelatihan yang berhubungan dengan peningkatan kreatifitas dan inovasi dalam peningkatan pelayanan kepada nasabah.

3. Peningkatan nasabah dalam pengajuan kredit hal yang diharapkan oleh para nasabah yaitu pengajuan kredit sesuai dengan awal pengajuan yang diharapkan oleh nasabah. Dalam hal ini maka perlulah nasabah diberikan opsi-opsi serta pengetahuan mengenai kredit yang akan di ambil kedepannya dengan diberikan mengenai paham mengenai tingkat bunga kredit, pembayaran, dan lain sebagainya agar nasabah tau mengenai pengetahuan produk kredit yang ada di perusahaan.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian yang sama dapat mengembangkan beberapa Variabel lain yaitu Digital Marketing, Keterkaitan Analisa Kredit, Kecepatan proses Kredit serta memperbanyak literatur yang berkaitan dengan fokus kajian yang diteliti.