

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada PT Mega Auto *Finance* Cabang Km 4,5 Palembang mengenai pengaruh bauran pemasaran dan citra merek terhadap keputusan penggunaan studi PT Mega Auto *Finance*, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran Pemasaran secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan *leasing*. Yang dapat dilihat dari hasil penelitian nilai  $t$  hitung  $>$  tabel sebesar  $3,142 > 1,99601$ . Koefisien regresi sebesar 0.142 menunjukkan arah positif. Artinya jika bauran pemasaran meningkat 1% maka keputusan penggunaan layanan PT Mega Auto *Finance* Km 4,5 Cabang Palembang naik sebesar 14,2%.
2. Citra Merek secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan *leasing*. Yang dapat dilihat dari hasil penelitian nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel sebesar  $2,768 > 1,99601$ . Koefisien regresi sebesar 0.271 menunjukkan arah positif. Artinya jika Citra Merek meningkat 1% maka keputusan penggunaan layanan PT Mega Auto *Finance* Km 4,5 Cabang Palembang naik sebesar 27,1%.
3. Pengaruh secara simultan  
Bauran Pemasaran dan Citra Merek secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan *leasing* pada PT Mega Auto *Finance* Km 4,5 Cabang Palembang. Hal ini dibuktikan dari hasil uji regresi liner berganda bahwa nilai  $F$  statistic  $>$  dari  $F$  tabel yaitu  $54.338 > 3.13$ . Hal ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan *leasing* pada PT Mega Auto *Finance*, berdasarkan hasil statistik tersebut, maka hipotesis pertama dinyatakan diterima. Hasil dari analisis regresi berganda di dapatkan persamaan  $Y = 4.298 + 0.142 X_1 + 0.271 X_2 + e$  dengan persamaan tersebut variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan adalah citra merek. Hasil koefisien

determinasi menghasilkan nilai 0.607 artinya bauran pemasaran dan citra merek terhadap keputusan penggunaan adalah sangat kuat.

## 1.2 Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba untuk memberikan saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan di masa yang akan datang. Adapun saran bagi penulis adalah sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran dalam bidang sektor jasa sangatlah penting, maka dari itu PT Mega Auto *Finance* Km 4,5 harus mempertahankan bauran pemasaran yang baik. Selain itu berani menerima kritik dari sudut pandang pelanggan untuk bahan evaluasi dengan harapan bisa meningkatkan keputusan penggunaan pada PT Mega Auto *Finance* Km 4,5 Cabang Palembang.
2. PT Mega Auto *Finance* km 4,5 Cabang Palembang memiliki citra merek yang baik di mata nasabah dan diharapkan kedepannya PT Mega Auto *Finance* ini tetap mempertahankan citra merek yang baik tersebut dengan memberikan kepercayaan kosumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan penggunaan pada PT Mega Auto *Finance* Km 4,5 Cabang Palembang.
3. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai wawasan tentang bauran pemasaran dan citra merek terhadap keputusan penggunaan. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan penggunaan dan diharapkan dapat menjadi bahan materi penelitian selanjutnya.