

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengaruh strategi pemasaran kredit usaha mikro terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT Bank MAndiri (Persero), Tbk. KCP. MMU Palembang Bukit. Responden peneliti ini berjumlah 100 orang pada calon nasabah bank mandiri yang akan mengajukan kredit. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk, harga, tempat, dan promosi mempunyai pengaruh secara simultan sebesar 59,0% terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit, ke empat indikator dari variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat untuk mengajukan kredit.
2. Produk mempunyai pengaruh sebesar 47,4%, harga mempunyai pengaruh sebesar 37,0%, tempat berpengaruh sebesar 63,7% terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit, ketiga indikator dari variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat untuk mengajukan kredit. Artinya semakin tinggi atau baik persepsi tentang produk, harga, dan tempat yang ditawarkan maka semakin tinggi minat untuk mengajukan kredit. Sedangkan promosi mempunyai pengaruh sebesar 00,6% terhadap keputusan untuk mengajukan kredit, berarti promosi tersebut tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan untuk mengajukan kredit.

#### **2.2 Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan maka dapat diberikan saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Hasil menunjukkan bahwa indikator dari variabel Produk, harga, tempat, dan promosi mempunyai pengaruh sebesar 59,0%,

- terhadap minat untuk mengajukan kredit, maka PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP. MMU Palembang Bukit perlu mempertahankan kegiatan strategi pemasaran tersebut
2. Bagi Peneliti selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa produk mempunyai pengaruh sebesar 47,4%, harga mempunyai pengaruh sebesar 37,0%, tempat berpengaruh sebesar 63,7% terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit, maka PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP. MMU Palembang Bukit perlu mempertahankan kualitas produk, harga, dan tempat yang ditawarkan agar nasabah dan calon nasabah mengetahui produk kredit usaha mikro yang ada di PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP. MMU Palembang Bukit tersebut, sehingga minat nasabah untuk mengajukan kredit bisa meningkat lagi dari tahun sebelumnya. Sedangkan promosi mempunyai pengaruh sebesar 00,6% terhadap keputusan untuk mengajukan kredit, maka PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP. MMU Palembang Bukit perlu meningkatkan dan mengaktifkan kegiatan promosi yang dilaksanakan agar nasabah dan calon nasabah mengetahui produk kredit usaha mikro yang ada di PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP. MMU Palembang Bukit sehingga dengan ditingkatkannya kembali kegiatan promosi dapat menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.