

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan berikut ini :

1. Tanggapan responden terhadap kualitas jasa pada Adira *Finance* Cabang Bandung sebagian besar menyatakan tinggi. Hal ini dapat dilihat dari beberapa yang diurutkan dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang tidak dominan berikut ini, indikator yang paling dominan adalah *reliability* yang merupakan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, indikator dominan kedua terdapat pada *credibility* yang merupakan kelayakan dipercaya dan kejujuran dari pemberi layanan, ketiga *communication* yang merupakan pemberian informasi pada nasabah dengan bahasa yang mudah dimengerti dan didengar, keempat *understanding the customer* yaitu berusaha untuk mengetahui nasabah dan kebutuhannya, kelima *access* yang merupakan kemudahan didekati dan ditemui/dihubungi, keenam *competence* yaitu menguasai pengetahuan dan kemampuan sesuai dengan yang diisyaratkan dalam memberikan pelayanan, ketujuh *tangibles* yaitu penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, personalia, dan sarana komunikasi, kedelapan *security* yaitu bebas dari segala bahaya, risiko, ataupun kekecewaan, kesembilan *responsivness* yaitu kesediaan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dan yang kesepuluh terdapat pada *courtesy* yang merupakan kesopanan, rasa hormat, bijaksana, dan bersahabat sebagai orang yang dihubungi/dikontak.

2. Tanggapan responden terhadap keputusan menjadi nasabah pada Adira *Finance* Cabang Bandung sebagian besar menyatakan tinggi. Hal ini dapat dilihat dari beberapa yang diurutkan dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang tidak dominan berikut ini, indikator yang paling dominan yaitu pemilihan produk, indikator dominan kedua adalah pemilihan distributor, ketiga pemilihan merek, keempat pemilihan waktu dan indikator terendah adalah pemilihan jumlah pembelian.
3. Pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan pembelian dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dengan besar korelasi 0,810 yang artinya memiliki tingkat korelasi yang sangat kuat. Besarnya pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 65,61%. Sedangkan 34,39% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti *pricing, promotion, place, people, physical evidence, process, customer services* dan sebagainya. Dari hasil perhitungan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa pada Adira *Finance* Cabang Bandung tinggi. Dengan kata lain kualitas jasa pada Adira *Finance* Cabang Bandung mampu mempengaruhi pelanggan untuk terus menjadi nasabah pada perusahaan tersebut.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas maka disarankan hal-hal berikut :

1. Penilaian pelanggan terhadap *courtesy* yaitu kesopanan, rasa hormat, bijaksana, dan bersahabat sebagai orang yang dihubungi/dikontak dinilai kurang oleh responden, di sini karyawan Adira *Finance* Cabang Bandung harus lebih meningkatkan keramahan dan kesopanan dalam melayani atau menghadapi para nasabah. Untuk menjamin hal itu Adira *Finance* khususnya Cabang Bandung diharapkan melakukan berbagai *training* bagi karyawan, agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah.
2. Tanggapan terhadap keputusan pembelian, penilaian dengan skor terendah terdapat pada indikator pemilihan jumlah pembelian. Hal ini perlu adanya sesuatu yang bisa mendorong nasabah untuk meningkatkan penggunaan jasa kredit motornya ke Adira *Finance* Cabang Bandung, selain dengan meningkatkan kualitas jasa, tetapi juga harus menggunakan strategi-strategi lainnya misalnya dengan pemotongan uang muka, pemberian hadiah langsung, cicilan yang lebih murah dari perusahaan lain, proses persetujuan aplikasi kredit yang lebih cepat dan strategi promosi lainnya.
3. Selain memperbaiki dari aspek kualitas jasanya, Adira *Finance* Cabang Bandung juga diharapkan dapat meningkatkan aspek-aspek diluar bahasan dalam penelitian ini seperti *pricing, promotion, place, people, physical evidence, process, customer services* dan sebagainya.