

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa citra merek, kualitas layanan, dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah, terutama ketika interaksi antara faktor-faktor tersebut dimoderasi oleh gaya hidup.

1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Kredit Kepemilikan Rumah

Hasil penelitian mengidentifikasi bahwa hipotesis pertama yaitu Citra Merek terhadap Keputusan KPR memiliki hasil yang positif dan signifikan dan diterima.

2. Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah

Hasil penelitian mengidentifikasi bahwa hipotesis kedua yaitu pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan KPR memiliki hasil yang positif dan tidak begitu signifikan dengan begitu hipotesis kedua yang diajukan ditolak.

3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah

Hasil penelitian mengidentifikasi bahwa hipotesis ketiga yaitu pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan KPR memiliki hasil yang positif dan signifikan dengan begitu hipotesis ketiga yang diajukan diterima.

4. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Kredit Kepemilikan Rumah Yang Dimoderasi Gaya Hidup

Hasil penelitian mengidentifikasi bahwa hipotesis keempat yaitu pengaruh Citra Merek terhadap *Keputusan KPR* memiliki hasil yang negative dan signifikan dengan begitu hipotesis keempat yang diajukan ditolak. Interaksi antara citra merek dan gaya hidup dapat memoderasi pengaruh keduanya terhadap keputusan nasabah.

5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Kredit Kepemilikan Rumah Yang Dimoderasi Gaya Hidup

Hasil penelitian mengidentifikasi bahwa hipotesis kelima yaitu Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan KPR yang di Moderasi Gaya hidup memiliki hasil positif dan signifikan dengan begitu hipotesis kelima yang diajukan ditolak.

5.2 Saran

- Melakukan survei dan analisis lebih lanjut tentang preferensi dan gaya hidup nasabah di Kabupaten Bungo untuk memahami lebih dalam bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi keputusan kredit kepemilikan rumah.
- Melakukan pembaruan atau perbaikan pada aspek-aspek tertentu dari layanan yang ditawarkan, seperti meningkatkan kecepatan proses pengajuan kredit, meningkatkan pelatihan staf dalam memberikan pelayanan yang ramah dan efisien, serta meningkatkan aksesibilitas layanan.
- Mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tersegmentasi dan personal, yang mempertimbangkan gaya hidup nasabah dan menekankan nilai-nilai merek dan kualitas layanan yang relevan.
- Memperkuat citra merek melalui kampanye pemasaran yang fokus pada keandalan, kepercayaan, dan manfaat dari memilih BTN sebagai mitra finansial untuk kepemilikan rumah.
- Menyediakan produk KPR yang berbeda untuk berbagai segmen penghasilan atau gaya hidup, seperti bagi milenial yang lebih memilih rumah kecil atau apartemen, hingga untuk keluarga muda yang mungkin memerlukan rumah lebih besar dengan akses ke fasilitas tertentu.
- Menjadikan kualitas layanan sebagai fokus dalam penelitian yang akan datang mengacu pada penelitian yang berhubungan dalam layanan keuangan, terutama dalam konteks KPR. Menjadikan kualitas layanan

sebagai variable mediasi, pendekatan yang bisa digunakan untuk menjadikan kualitas layanan sebagai fokus dalam penelitian terkait produk KPR yang akan datang

Dengan mengambil langkah-langkah ini, BTN Kabupaten Bungo dapat meningkatkan daya saingnya dalam menarik nasabah untuk kredit kepemilikan rumah,