

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan, dengan analisis linier regresi berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Temyata kualitas pelayanan (X_1) dan motivasi (X_2) berpengaruh secara serempak terhadap perilaku pemegang kartu kredit (Y), hal ini terlihat dari hasil $F_{hitung} (39,951) > F_{tabel} (3,19)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$.
2. Temyata kualitas pelayanan (X_1) dan motivasi (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap perilaku pemegang kartu kredit (Y), hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} kualitas pelayanan (X_1) $(6,087) > t_{tabel} (2,000)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$, nilai t_{hitung} motivasi (X_2) $(5,441) > t_{tabel} (2,000)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$.
3. Dari kedua variabel yang diteliti, variabel kualitas pelayanan (X_1) yang memiliki nilai koefisien regresi 0601 lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi variabel motivasi (X_2) sebesar 0,480.

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang dikemukakan sebagai berikut :

1. Sebaiknya pihak baik Kepala Bidang maupun staf bagian kartu kredit di PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Kartu Kredit Surabaya harus terus menerapkan pelayanan perusahaan yang meliputi *tangible*,



reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, artinya pelayanan yang diberikan seluruh staf bagian kartu kredit sangat diperlukan dan sangat penting untuk meningkatkan penilaian perilaku pemegang kartu kredit.

2. Sebaiknya pihak PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Kartu Kredit Surabaya selalu memperhatikan faktor Motivasi kepada seluruh staf bagian kartu kredit guna terdorong dan semangat kerja dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada *cardholder*, disamping itu pihak perusahaan memperhatikan gaji yang layak, memenuhi kebutuhan partisipasi, dan menciptakan persaingan yang sehat.



DAFTAR PUSTAKA

- Alhusin, Syahri, 2003, *Aplikasi Statistik Praktis*, Edisi Kedua, Edisi Revisi, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Assael, Henry, 1995. *Consumer Behavior in Marketing Action*, Prantice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Barata, Atep, Adya, 2003, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta, PT. Gramedia.
- Bilson, Simamora, 2004, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Brady, Michael K., and J. Joseph Cronin Jr., 2001, *Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality : A Hierarchical Approach*, *Journal of Marketing*, Vol. 65 (July).
- Djumhana, Muhamad, 2000, *Hukum Perbankan Di Indonesia*, Cetakan ke-III, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Rustam, 1996, *Pengantar Marketing Management*, Jilid Dua, Malang, Genius.
- Engel, James F, Roger D Blackwell, Paul W. Miniard, 1995, *Consumer Behavior*, The dryden Press, Orlando, Eight Editon, International Edition.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Oktober, Bandung.
- McCormick, Ernest J., 1985, *Industrial Psychology*, New York, Frentice-Hall, Inc.
- Mowen John C., 2002, *Consumer Behavior*, Prentice Hall Inc., Fourth Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Rahayu, Sri, *SPSS Versi 12.00, Dalam Riset Pemasaran*.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi (Editor), 1995, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Jakarta, LP3ES.
- Sperling, Abraham, 1967, *Psychology : Made Simple*, London, The Publishers W.H. Allen & Co. Ltd.
- Stanton, William J., Etzel, Michael J. and Walker, Bruce J., 1991, *Fundamental of Marketing*, Ninth Edition, New York, Mc Graw Hill Inc.





Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kesatu, Bandung, Alfa Beta.

Sutisna, 2002, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.

Swastha, Basu, 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan, Yogyakarta, Liberty.

Tjiptono, Fandy, 2002, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Cetakan keenam, Yogyakarta, ANDI.