

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran terhadap hasil peneliti :

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4), berpengaruh simultan dengan persamaan regresi linier $Y = 2,542 + 0,234 X_1 + 0,617 X_2 + -0,357 X_3 + 0,351 X_4$ dengan keeratan hubungan antara variabel sebesar 0,849, koefisien determinasi sebesar 721% menunjukkan bahwa keragaman dari keputusan konsumen dalam memilih Bank BRI sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangan dipengaruhi oleh adanya faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), dan keyakinan dan sikap (X4) pada Bank Rakyat Indonesia Martadinata Malang.

Dari hasil uji F dan t menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial ternyata ke-4 variabel dari faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4)

mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan. Konsumen dalam memilih jasa Bank Rakyat Indonesia Martadinata Malang. Secara simultan dibuktikan dengan uji F yaitu pengujian secara serentak (simultan) diperoleh bahwa F hitung sebesar 29.097 pada nilai signifikan (0,000) yang jauh lebih kecil dari pada alpha 0,05, sehingga H_0 ditolak sedangkan dengan uji t mengambil taraf signifikansi sebesar 5% (0,05), untuk konstanta diperoleh nilai signifikansi (p) sebesar 0,34 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa konstanta dipengaruhi oleh model regresi. Untuk variabel-variabel yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3) keyakinan dan sikap(X4) menunjukkan nilai signifikansi berturut-turut sebesar 0,005, 0,000, 0,001 dan 0,000 yang lebih kecil dari alpha 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Bank Rakyat Indonesia Martadinata Malang.

Selanjutnya dari hasil penghitungan dapat diketahui bahwa variabel yang berpengaruh paling dominan adalah variabel psikologis persepsi (X2) dengan koefisien regresi sebesar 0,617

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Dengan dilakukannya penelitian ini dapat diketahui bahwa keputusan konsumen dalam memilih Bank Rakyat Indonesia Martadinata Malang ternyata dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dengan indicator motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap, maka untuk dapat meningkatkan keputusan konsumen memilih Bank Rakyat Indonesia Martadinata Malang maka perlu bagi pihak Bank Rakyat Indonesia untuk lebih memperhatikan motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap konsumen.
2. Perlunya penelitian lanjutan, dikarenakan variabel dalam penelitian ini masih belum mencakup seluruh aspek yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Bank Rakyat Indonesia Martadinata Malang selain dari faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap maka dapat dimasukkan lagi variabel-variabel lain seperti faktor social, sehingga dapat diperoleh penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen. Yogyakarta.
- Amstrong, Gary dan Kotler, Philip. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I. Edisi Kedelapan. Terjemahan Damus Sihombing. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Asdi Maha Satya
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi 1. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler & Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Prenhallindo. Jakarta
- Sukandarrumidi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Penerbit Gadjah Mada University Press Yogyakarta.
- Santoso, S. 2001. *Buku Statistik Parametrik*. Cetakan keempat. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. 2003. *Buku Statistik Multivariat*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono. 2003. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke-5. Bandung: CV Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku konsumen* Edisi kedua. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.