

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data yang telah di olah menggunakan SPSS versi 25 dalam penelitian “Pengaruh Kualitas Iklan Dalam Ruang Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi Tring di PT Pegadaian CP Tugu Kulon” kesimpulannya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah di olah bahwa diketahui pengaruh kualitas iklan dalam ruang terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi tring di PT Pegadaian CP Tugu Kulon berkorelasi sangat kuat. Hasil ini dapat dilihat dari yang didapatkan senilai 0,699 atau 69,9% selain itu diperoleh sig (2-tailed) antara kedua variable yaitu 0,000. Dengan demikian dapat diartikan bahwa terdapat korelasi atau hubungan positif yang signifikan antara dua variable ($0,000 < 0,05$). Sedangkan dari hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai R^2 0,488 atau 48,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas iklan berpengaruh 48,8% terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi dan sisanya 51,2% dipengaruhi oleh variable lainnya yang tidak diteliti.
2. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana terdapat persamaan nilai sebesar 0,735. Dalam pengujian hipotesis secara parsial yaitu uji T. Mendapatkan hasil bahwa pengaruh kualitas iklan dalam ruang terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi tring di PT Pegadaia CP Tugu Kulon dengan signifikansinya ($0,000 < 0,05$) dengan T hitung $10,604 > 1,980$ dari hasil tersebut dapat dipastikan bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima, maka dari itu kualitas iklan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan aplikasi tring.
3. Menjawab rumusan masalah tentang pengaruh kualitas iklan dalam ruang terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi tring di pegadaian cp tugu kulon terbukti memiliki pengaruh yang positif, signifikan, dan kuat terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi Tring di PT Pegadaian CP Tugu Kulon. Hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi yang sangat kuat dan signifikan, nilai koefisien determinasi yang menyatakan bahwa hampir setengah keputusan nasabah dipengaruhi oleh kualitas

iklan, serta hasil uji regresi dan uji t yang membuktikan bahwa hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat disarankan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas iklan dalam ruang terhadap keputusan pelanggan menggunakan aplikasi Tring di Pegadaian CP Tugu Kulon, berikut beberapa saran yang diberikan peneliti:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas iklan berpengaruh sebesar 48,8% terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi tring,. Selain itu, mengingat masih terdapat 51,2% pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti, **penulis berharap penulis selanjutnya dapat meneliti variabel lain** yang belum dikaji dalam penelitian ini, mengingat masih terdapat 51,2% faktor lain yang **memengaruhi** keputusan nasabah menggunakan aplikasi tring, sehingga hasil penelitian ke depan dapat lebih lengkap dan mendalam.
2. Penelitian ini masih terbatas pada pernyataan-pernyataan positif, diharapkan penelitian selanjutnya untuk membuat pernyataan pada kuesioner baik pernyataan positif maupun negatif.
3. Disarankan agar PT Pegadaian CP Tugu Kulon meningkatkan kualitas iklan dalam ruang karena terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi Tring.