

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kesadaran Merek berpengaruh tidak signifikan positif terhadap keputusan pembukaan rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya. Bahwa kesadaran merek tidak selalu menjadi hal utama dalam proses pengambilan keputusan untuk membuka rekening tabungan BRI Simpedes.
2. Loyalitas Merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembukaan rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya. Semakin tinggi nasabah tersebut loyal terhadap tabungan BRI Simpedes maka akan meningkatkan keputusan pembukaan rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya.
3. Citra merek berpengaruh tidak signifikan positif terhadap keputusan pembukaan rekening tabungan BRI Simpedes. Bahwa citra merek tidak selalu menjadi hal utama dalam proses pengambilan keputusan untuk membuka rekening tabungan BRI Simpedes.
4. Kesadaran merek, Loyalitas merek, Citra merek secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembukaan rekening tabungan BRI Simpedes. Semakin tinggi kesadaran merek, loyalitas merek dan citra merek dalam membuka rekening tabungan BRI Simpedes maka akan meningkatkan

keputusan pembukaan rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini yang telah dilakukan masih banyak memiliki keterbatasan adalah sebagai berikut :

1. Adanya responden yang menolak mengisi kuisioner dikarenakan adanya ada kepentingan lain yang harus lakukan.
2. Peneliti mengalami kesulitan untuk masuk di kantor Bank BRI sehingga peneliti melakukan penelitian di ATM-ATM BRI di Surabaya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah diteliti, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak – pihak terkait, sebagai berikut:

1. Bagi Bank BRI (Produk Tabungan Simpedes)
 - a. Berdasarkan penelitian tanggapan responden terhadap kesadaran merek pada item pernyataan mengenai keunggulan produk tabungan BRI Simpedes, pihak bank dapat menjelaskan tentang keunggulan produk tabungan BRI Simpedes yang akan digunakan nasabah untuk menabung.
 - b. Berdasarkan penelitian tanggapan responden terhadap loyalitas merek pada item pernyataan untuk tetap menggunakan produk tabungan BRI Simpedes di masa yang akan datang, maka pihak bank perlu melakukan perhatian kepada nasabahnya agar nasabah tersebut juga nantinya akan terus menjalin hubungan baik dengan Bank BRI dan akan selalu loyal dengan BRI Simpedes.

c. Berdasarkan penelitian tanggapan responden terhadap citra merek pada item pernyataan mampu mengetahui kinerja tabungan BRI Simpedes, pihak bank diharapkan mampu untuk melakukan sosialisasi atau penjelasan terhadap nasabah ketika nasabah mendatangi *customer service* tentang kinerja dari tabungan BRI Simpedes tersebut ketika nasabah memutuskan untuk membuka rekening di tabungan BRI Simpedes dan bank juga harus meningkatkan citranya untuk menarik minat nasabah untuk menabung di BRI Simpedes.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

a. Berdasarkan dari nilai uji F sebesar 36,4% variabel keputusan pembukaan rekening dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu kesadaran merek, loyalitas merek dan citra merek sedangkan sisanya sebesar 63,6% variabel keputusan pembukaan rekening bisa dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas yang tidak dibahas di penelitian ini seperti variabel kepercayaan merek, identitas merek, asosiasi merek dimana variabel tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembukaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis* Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat
- Doostar Muhammad, Maryam Kazemi, Reza Kazemi. 2012. Impact of Brand Equity on Purchase Decision of Final Consumer Focusing on Products with Low Mental Conflict. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. Vol 2 (10) : 10137-10144
- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Merek*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Fandy Tjiptono dan Gregorious. 2012. *Pemasaran Strategi*. Bayu Media Publishing, Malang.
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing, Malang
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Juliansyah Noor. 2013. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* Edisi pertama. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kasmir. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Pertama. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13. PT. INDEX, Indonesia.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Malhotra, Naresh. 2009. *Riset Pemasaran*. edisi keempat. Penerbit Indeks
- Mudrajad, Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga.
- Pornnarat Boonwanna, Chanin, Nuttawut. 2014. Brand Equity Affecting Purchasing Decision Process of Doughnut from the Department Store in Bangkok. *Journal of Annual Tokyo Business Research Conference*. ISBN : 978-1-9-922069-67-2
- Roslina. 2010. "Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan serta Pengukurannya". *Jurnal bisnis dan manajemen*. Vol 6, No.3 Hal 333-346

Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. 8 : Yogyakarta : Graha Ilmu.

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta : PT. Graha Ilmu

Van Voorhis R. Wilson, Betsy L. Morgan. 2007. *Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Size*. *Psy Chi Journal of Undergraduate Research* Vol. 3 (2). P. 43 -50

www.bri.go.id diakses pada tanggal 12 januari 2016 jam 21.00

www.topbrand.com diakses pada 21 September 2015 pada jam 21.00

