

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Terdapat beberapa kesimpulan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel lokasi, promosi, *word of mouth*, dan kualitas layanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya. Dapat dikatakan bahwa lokasi yang strategis, promosi yang baik, *word of mouth* yang positif, dan kualitas layanan yang baik akan membuat keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya meningkat.
2. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya. Dapat dikatakan bahwa lokasi bank Jatim yang strategis tidak selamanya membuat keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya meningkat.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya. Dapat dikatakan bahwa semakin meningkatnya promosi yang dilakukan oleh bank Jatim akan membuat keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya semakin meningkat.

4. *Word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya. Dapat dikatakan bahwa *word of mouth* yang positif mengenai bank Jatim tidak selamanya membuat keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya meningkat.
5. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh bank Jatim akan membuat keputusan nasabah untuk menabung pada bank Jatim di kota Surabaya semakin meningkat.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Terdapat beberapa keterbatasan pada penelitian ini, yaitu:

- a. Terdapat responden yang tidak membaca intruksi di kuesioner sehingga terdapat kesalahan mengenai cara menjawab kuesioner tersebut. Tetapi hal tersebut bisa diatasi dengan mendampingi responden pada saat mengisi kuesioner tersebut.
- b. Penyebaran kuesioner banyak dilakukan di lokasi ATM bank Jatim. Hal tersebut dilakukan karena kesulitan memperoleh responden di daerah lain seperti tempat perbelanjaan dan *cafe*. Pengumpulan data yang demikian menyebabkan banyak responden yang menggunakan tabungan bank Jatim karena diwajibkan oleh instansi.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, dan adanya keterbatasan yang dialami pada penelitian ini, maka dapat memberikan saran sebagai berikut:

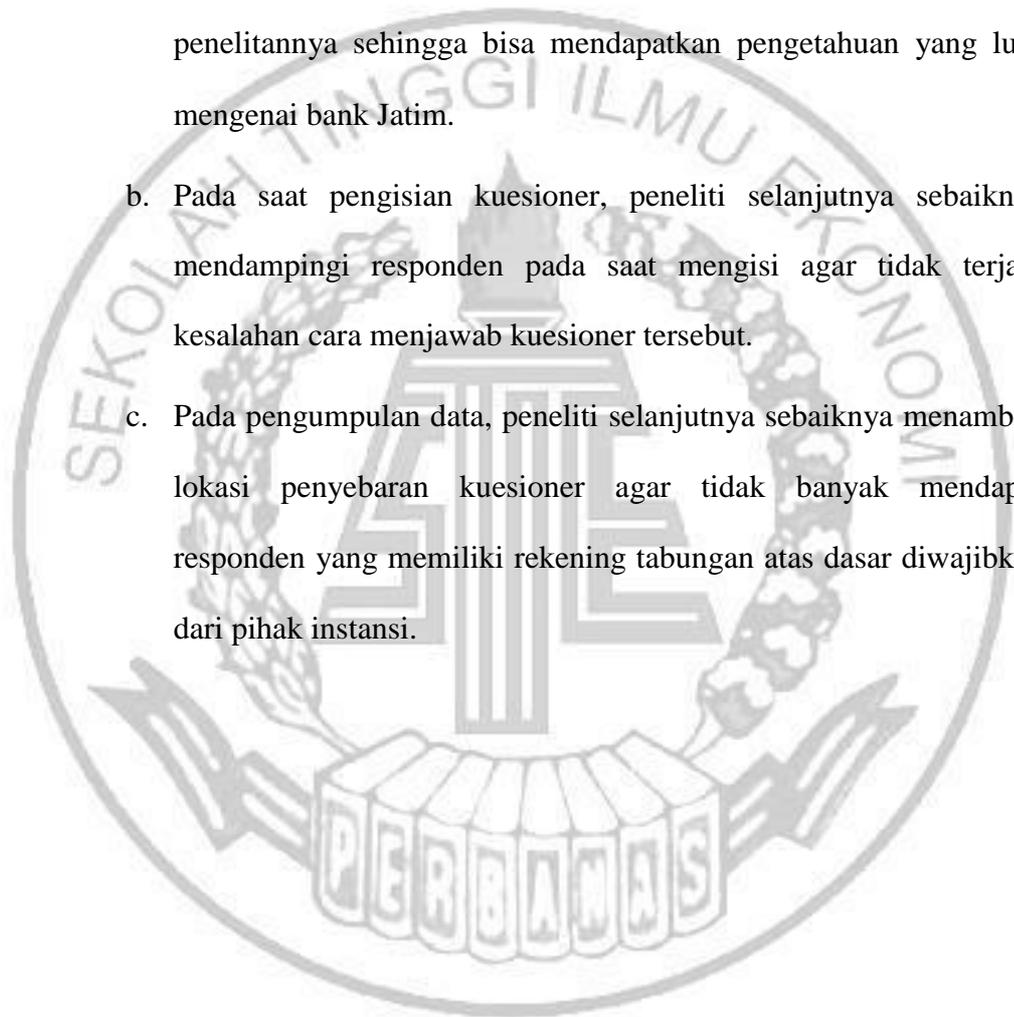
#### **1. Bagi Bank Jatim**

- a. Saran untuk bank Jatim di kota Surabaya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan bagi Bank Jatim di kota Surabaya untuk meningkatkan promosi melalui televisi dan alat elektronik lain sehingga para nasabah bisa mengenal bank Jatim lebih dalam bukan hanya menggunakan tabungan bank Jatim sebagai syarat untuk pembayaran kuliah dan penerimaan gaji saja. Hal tersebut dikarenakan jawaban yang diberikan oleh para responden banyak yang kurang setuju dengan pernyataan bahwa bank Jatim mempromosikan melalui media televisi dan pada pertanyaan terbuka, para reponden banyak yang memberi jawaban bahwa mereka menggunakan tabungan bank jatim untuk pembayaran kuliah dan penerimaan gaji.
- b. Saran untuk bank Jatim di kota Surabaya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan bagi Bank Jatim di kota Surabaya untuk mempertahankan kantor cabang yang sudah ada dan menambah beberapa kantor cabang lagi. Diharapkan karyawan bank Jatim mempertahankan kualitas layanan dengan tetap tidak membedakan nasabahnya dan selalu dapat menjelaskan

secara rinci mengenai produk-produk yang di miliki oleh bank Jatim.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Saran untuk peneliti selanjutnya supaya menambah variabel bebas seperti harga dan suku bunga, menambah jumlah responden pada penelitannya sehingga bisa mendapatkan pengetahuan yang luas mengenai bank Jatim.
- b. Pada saat pengisian kuesioner, peneliti selanjutnya sebaiknya mendampingi responden pada saat mengisi agar tidak terjadi kesalahan cara menjawab kuesioner tersebut.
- c. Pada pengumpulan data, peneliti selanjutnya sebaiknya menambah lokasi penyebaran kuesioner agar tidak banyak mendapat responden yang memiliki rekening tabungan atas dasar diwajibkan dari pihak instansi.



## DAFTAR RUJUKAN

- Agus Hermawan.2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Ahmad M. Zamil. “The Ompact of Word of Mouth (WOM) on the PurchasingDecision of the Jordanian Consumer”. *Research Journal of International Studies-Issue 20* (september,2011)
- Christina Sagala. 2014. “Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision toward Fast Food sector”. *Internasional Journal of Scientific and Research Publications, Volume 4, Issue 1, January 2014*
- Fandi Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur : Banyumedia Publishing
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra.2012.*Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta : ANDI
- [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bank\\_Jatim](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bank_Jatim),diakses 30 september 2016
- <http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-keuangan/bank/umum-konvensional/Default.aspx>, diakses 30 september 2016
- Ima Prastiyani, Patricia Dhiana Paramita, dan Azis Fathoni., “Pengaruh Word of Mouth, Brand Image, Service Quality terhadap customer Satisfaction di SPBU 44.513.20 Campurejo Boja”. *Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016*.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*.Semarang :BadanPenerbitUniversitasDiponegoro.
- Junio Andreti, Nabila H Zhafira, Sheila S Akmal, Suresh Kumar., “The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers’ Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia”. *International Journal of Advances in Management and Economics*.Nov-Dec.2013. Vol.2, Issue 6, 72-78.
- Kotler,Philip,dan Kevin L. Keller. 2009.*Manajemen Pemasaran*. Edisi 13.Jilid 2. Jakarta:Erlangga
- Kotler,Philip,dan Kevin L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12.Jilid 2. Jakarta : PT Indeks
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran*. Edisi keempat. Jilid1.Jakarta: Indeks

Moh.Sidik Priadana dan Saludin Muis. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti.,”Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya”. *Journal of Business and Banking*. Volume 5 Number 1, May – October 2015, pp.149-162.

Puguh Suharso. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT Indeks

Rambat Lupiyoadi. 2013.*Manajemen Pemasaran Jasa, Berbasis Kompetensi*. Jakarta : Salemba Empat

Shirkhodaie Maisam dan Rastgoo-deylami Mahsa.,”Positive Word Of Mouth Marketing: Explaining the roles of value Congruity and Brand Love” *Journal of competitiveness*. Vol. 8, Issue 1, pp. 19-37, March 2016

Tony Wijaya.2011.*Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks

