

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka akan dapat diketahui kesimpulan dari penelitian ini bahwa :

1. Kepercayaan, citra merek, dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat nasabah menabung pada bank Mandiri di Surabaya.
2. Kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap niat nasabah menabung pada bank Mandiri di Surabaya.
3. Citra merek secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap niat nasabah menabung pada bank Mandiri di Surabaya.
4. Kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat nasabah menabung pada bank Mandiri di Surabaya.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, diantaranya yaitu :

1. Dalam penyebaran kuesioner peneliti tidak mempunyai surat izin sehingga penyebaran kuesioner dilakukan diluar kantor bank Mandiri yang tepatnya disebarkan pada universitas atau perguruan tinggi, mall, kantor perusahaan, dan konter ATM mandiri yang tersedia secara umum.

2. Kurangnya pendekatan dan keterbatasan waktu dalam penyebaran serta pengisian kuesioner kepada responden sehingga responden cenderung mengisi kuesioner secara asal-asalan dan tak jarang banyak orang yang menolak mengisinya karena ada kepentingan lain.
3. Dalam penelitian ini mempunyai kelemahan atas variabel kepercayaan terhadap niat nasabah menabung, dikarenakan mayoritas pada penelitian ini adalah responden dengan status mahasiswa yang belum mempunyai penghasilan tetap sehingga kegiatan menabung mereka tidak sepenuhnya dilakukan atas kehendak sendiri dan seringkali hal tersebut dipengaruhi karena campur tangan orang tua/wali.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran yang dikemukakan sebagai berikut :

#### **Bagi bank**

1. Diharapkan agar bank Mandiri di Surabaya dapat meningkatkan kualitas layanan yang dimilikinya terkait dengan peralatan perbankan yang modern, misalnya menambah mesin ATM yang dilengkapi dengan mesin setor tunai pada setiap wilayah, selalu mengikuti teknologi canggih yang modern seperti menyediakan mesin antri yang praktis untuk ditempatkan pada kantor bank, dan selalu meningkatkan transaksi lewat online seperti *mobile phone* dan sebagainya.

2. Diharapkan agar bank Mandiri di Surabaya dapat meningkatkan kualitas layanan yang dimilikinya terkait dengan kesiapan dalam memberikan pelayanan dan memberikan perhatian kepada nasabah, misalnya pihak bank memberikan pelatihan khusus untuk karyawan, hal ini bertujuan untuk memaksimalkan kinerja dan mengikut sertakan karyawan dalam sertifikasi profesi perbankan, hal ini agar dapat mencetak tenaga-tenaga ahli dalam bidang perbankan.
3. Diharapkan agar bank Mandiri di Surabaya dapat meningkatkan kualitas layanan yang dimilikinya terkait dengan memberikan *advance services* pada nasabah, misalnya bank memberikan pelayanan prima seperti tepat waktu dalam proses transaksi, tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan, dan sopan serta ramah dalam melayani nasabah.

**Bagi peneliti lain**

1. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan memperhitungkan kenyamanan responden untuk mengisi kuesioner yang akan dibagikan, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mempersiapkan surat ijin agar pengisian kuesioner bisa dilakukan didalam kantor bank
2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk melakukan pendekatan terlebih dahulu kepada responden agar bersedia mengisi seluruh pernyataan dengan sungguh-sungguh dan mendampingi responden selama proses pengisian kuesioner agar didapatkan hasil yang memuaskan.
3. Disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk mencari responden dengan kriteria nasabah yang mempunyai penghasilan tetap, hal ini bertujuan agar hasil yang

didapatkan nantinya dapat maksimal atas variabel kepercayaan terhadap niat nasabah menabung.



## DAFTAR RUJUKAN

- Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Edisi Pertama. Cetakan 1. Jakarta : kencana Prenada Group
- Erna Ferrinadeewi. 2008. “*Merek dan Psikologi Kosumen “Implikasinya pada Strategi Pemasaran”*”. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Cetakan V. Semarang : Undip
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan “Dari Teori Menuju Aplikasi”*. Jakarta : Prenada Media Group
- Jogiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi”*. Edisi 1. Yogyakarta : Andi Offset
- Juliasyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian “Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Edisi Pertama. Cetakan 1. Jakarta : Kencana Prenada Group
- Kayaman, Rachan and Huseyin Arasili. 2007. Costumer Based Brand Equity: evidence from the hotel industry. Eastern Mediterranean University, Turkey, *Managing, Service Quality*. Vol.17. No. 1.2007. Pp.92-109
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Erlangga
- Morrisan. 2012. *Metode Penelitian Survey*. Edisi Pertama. Cetakan 1. Jakarta : Kencana Media Prenada Group
- Sella Kurnia Sari. 2013. *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Konsumen di Kepulauan Riau*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5. Page 17-28.
- Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif “Delengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS”*. Edisi Pertama. Cetakan 1. Jakarta : Kencana Prenada Group
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tatik Suryani. 2008. *PerilakuKonsumen “Implikasi pada Strategi Pemasaran”*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tony Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa “Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian”*. Cetakan 1. Jakarta : PT.Indeks

Yohana Neysa Steyawan, dan Edwin Japariato. 2014. “Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksestabilitas terhadap Niat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.2. No.1



