

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir sebesar seratus responden pengumpulan data yang menggunakan kuisioner. Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan regresi linier berganda melalui program SPSS 16.0 dan dibantu dengan Microsoft Excel 2010 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kepuasan *website* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung pada Bank Danamon di Surabaya. Jadi, Semakin baik *website* yang diberikan oleh Bank Danamon maka akan memberi kepuasan masyarakat terhadap *website* Bank Danamon itu sendiri . hal ini dapat berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung pada Bank Danamon di Surabaya.
2. Variabel persepsi kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung pada Bank Danamon di Surabaya. Jadi, Semakin baik persepsi kualitas layanan dari masyarakat kepada Bank Danamon di Surabaya dapat berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung pada Danamon di Surabaya.
3. Variabel promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung pada Bank Danamon di Surabaya. Jadi, Semakin baik promosi yang dilakukan oleh Bank Danamon di Surabaya tidak selalu

berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung pada Bank Danamon di Surabaya.

4. Variabel kepuasan *website*, persepsi kualitas layanan dan promosi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung pada Bank Danamon di Surabaya. Jadi, Semakin baik kepuasan *website*, persepsi kualitas layanan dan promosi dari Bank Danamon di Surabaya berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung pada Bank Danamon di Surabaya.

5.2 **Keterbatasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kesulitan memperoleh responden yang sesuai dengan kriteria sampel dan yang bisa dengan lengkap mengisi kuisioner karena kebanyakan responden tidak mengisi identitasnya dengan lengkap.
2. Responden tidak banyak mengetahui iklan yang dilakukan Bank Danamon
3. Karena masih menjadi calon nasabah maka pendapat responden dalam kualitas layanan Bank Danamon merupakan persepsi mereka yang didapatkan dari orang lain.

5.3 **Saran**

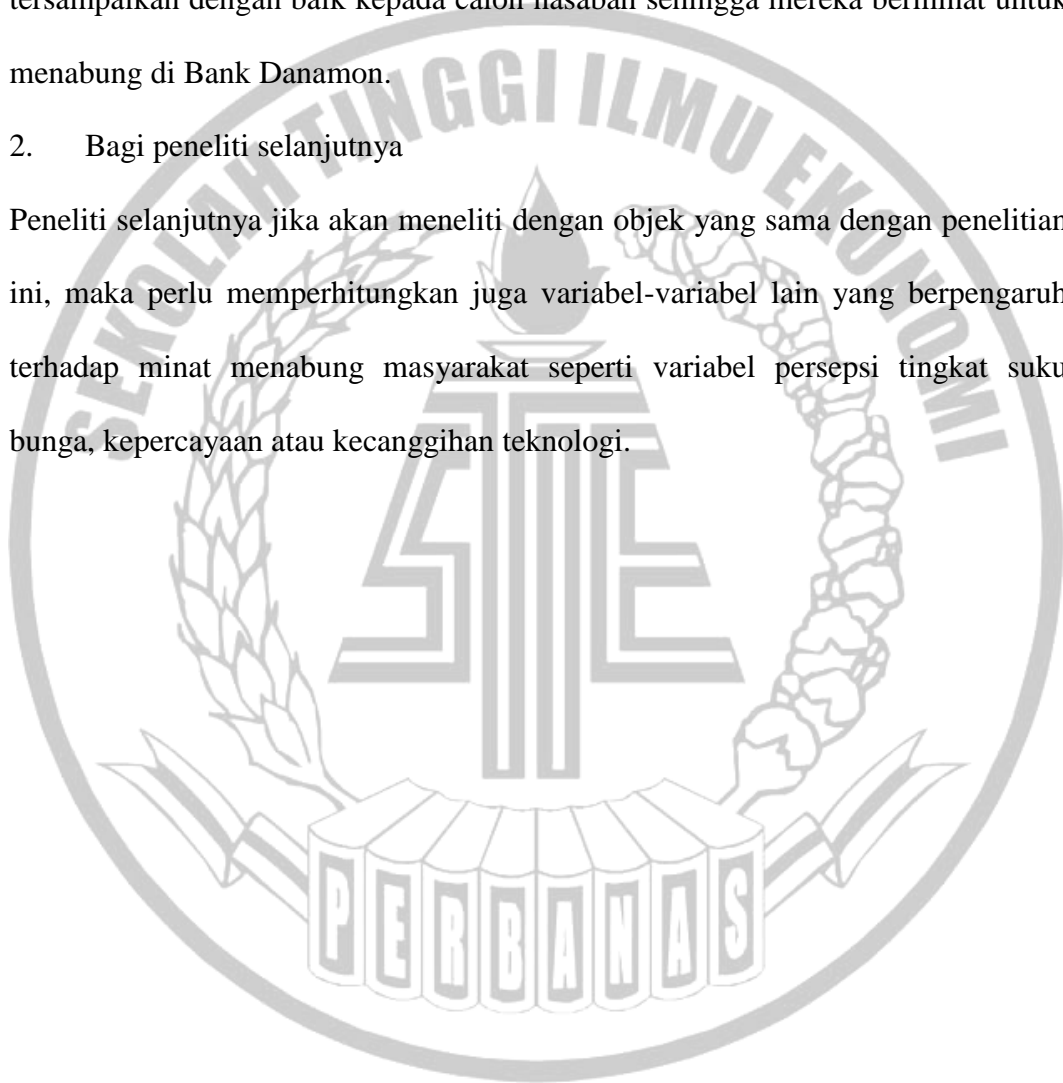
Adapun saran yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank Danamon

Berdasarkan hasil penelitian, masih ada beberapa responden yang tidak mengetahui promosi apa yang telah dilakukan Bank Danamon di Surabaya, oleh karena itu sebaiknya Bank Danamon terus berinovasi dalam hal promosi dan lebih menjalin relasi dengan pihak lain agar promosi yang dilakukan dapat tersampaikan dengan baik kepada calon nasabah sehingga mereka berminat untuk menabung di Bank Danamon.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya jika akan meneliti dengan objek yang sama dengan penelitian ini, maka perlu memperhitungkan juga variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat seperti variabel persepsi tingkat suku bunga, kepercayaan atau kecanggihan teknologi.



DAFTAR RUJUKAN

- Astuti dan Mustikawati. 2013. “*Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*”. Jurnal Nominal. Vol.2. No.1
- Augusty Ferdinand. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang :Universitas Diponegoro.
- Chatura Ranaweera, Harvir Bansal and Gordon McDougall. 2008. “ Web site satisfaction and purchase intention : Impact of personality characteristic during initial web site visit”.www.emeraldinsight.com
- Chun-Chen Huang, Szu-Wei Yen.2014. “The relationship among corporate social responsibility, service quality, corporate image and purchase intention”.*The international journal of organization innovation Vol 6*
- Fandy Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta:Andi Offset
- Fandy Tjiptono dan G Chandra. 2011. *Service, quality dan satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Imam Ghozali.2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Ver 19.0 edisi 6*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iramani. 2012. *Modul Statistika 2*. Surabaya: STIE Perbanas
- J. Supranto. 2008. *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi 7 Jilid 1*. Jakarta. Erlangga
- Juliansyah Noor .2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip, dan Lane. Kevin .2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong .2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Mudrajat Kuncoro. 2013.*Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Muhammad Reza Jalilvand dan Neda Samiei .2011. “The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Brand Image And Purchase Intention : An Empirical Study In The Automobile Industry In Iran”.

Malhotra, Narest K. 2009. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Edisi Keempat Jilid 1*. PT. Indeks : Jakarta

Nina Rahmayanti. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Oliver.1999. “ Web site satisfaction and purchase intention : Impact of personality characteristic during initial web site visit”. *Journal of marketing*

Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani.2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Rashid Shafiq, Irfan Raza, Muhammad Zia-ur-Rehman.2011. “ Analisis Of The Factor Affecting Of Consumers’ Value” . *Journal Of Business Management*

Ruslan Rosady .2010. *Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. 2014. *Buku Pedoman Penulisan Dan Penilaian SKRIPSI Tahun Akademik 2014/2015*. Surabaya. STIE Perbanas

Syofyan Siregar. 2010. *Statistika Deskriptif untuk penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers

Shankar.2003. “ Web site satisfaction and purchase intention : Impact of personality characteristic during initial web site visit”.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta

Sofjan Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers

Tatik Suryani, 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Uma Sekaran .2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba empat.

Rujukan berupa Artikel

<http://www.danamon.co.id> diakses pada tanggal 29 Maret 2015 pukul 13.40

Rujukan berupa Artikel

<http://www.topbrand-award.com> diakses pada tanggal 16 September 2015 pukul 12.15

Rujukan berupa Artikel

<http://id.techinasia.com/dalam-5-tahun-terakhir-jumlah-pengguna-internet-indonesia-naik-430-persen-grafik/> diakses pada tanggal 13 april 2015 pukul 15:20

Rujukan berupa Blog Pribadi

http://rendywirajuniarta.blogspot.co.id/2014/01/kajian-teori-kepuasan-pelanggan_25.html diakses pada tanggal 16 sept 2015 jam 13.30

Rujukan berupa Blog Pribadi

http://mdonisanjaya.blogspot.com/2012/01/populasi-dan-sampel_25.html diakses pada tanggal 16 april 2015 pukul 07:35





