

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *marketing mix* terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya. Penelitian menggunakan data primer yang didapat dari responden berupa kuisioner. Sampel penelitian yang didapat secara *purposive sampling*. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari normalitas, multikolonieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis. Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan :

1. Variabel produk berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya. produk yang baik tidak selalu meningkatkan persepsi nasabah karena nasabah menilai bahwa produk yang ada di masing-masing bank cenderung sama, hal inilah yang menyebabkan produk berpengaruh tidak signifikan positif terhadap persepsi nasabah.
2. Variabel harga berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya. Harga tidak menimbulkan pengaruh mengenai persepsi nasabah, dikarenakan harga tingkat suku bunga yang dikeluarkan dari masing-masing berbeda dalam kebijakannya, nasabah bank BRI cenderung tidak mementingkan harga dari tingkat suku bunga sesuai

dengan ketentuan yang berlaku, maka hal inilah yang menyebabkan harga berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap persepsi nasabah.

3. Variabel lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih bank BRI di Surabaya. Lokasi dinilai tidak memberikan pengaruh terhadap persepsi nasabah, karena nasabah tidak melihat bank dari segi lokasi bank yang dekat dengan bank lain, karena dianggap lokasi bukan faktor utama terhadap persepsi nasabah dalam pemilihan bank BRI, maka hal ini menyebabkan lokasi berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap persepsi nasabah.
4. Variabel promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya. Promosi yang telah diberikan oleh bank BRI dinilai tidak memberikan dampak terhadap persepsi nasabah, karena kurangnya pemberian hadiah pada promosi yang menarik, maka hal ini menyebabkan promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi nasabah. Variabel karyawan berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya. Pelayanan karyawan yang baik dapat memimbulkan persepsi nasabah yang baik juga, sehingga karyawan yang memberikan pelayanan sopan, sabar, ramah dapat memberikan pengaruh signifikan positif terhadap persepsi nasabah.
5. Variabel bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya. Bukti fisik dinilai tidak memberikan pengaruh terhadap persepsi nasabah, karena nasabah tidak melihat bank dari segi gedung dan bangunan yang modern karena dianggap bukti fisik bukan

faktor utama terhadap persepsi nasabah dalam pemilihan bank BRI, maka hal ini menyebabkan bukti fisik berpengaruh tidak signifikan positif terhadap persepsi nasabah.

6. Variabel proses berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih Bank BRI di Surabaya. Proses dinilai tidak memberikan pengaruh terhadap persepsi nasabah, karena nasabah tidak melihat bank dari proses yang menggunakan alat yang canggih, karena dianggap proses bukan faktor utama terhadap persepsi nasabah dalam pemilihan bank BRI, maka hal ini menyebabkan proses berpengaruh tidak signifikan positif terhadap persepsi nasabah.
7. Berdasarkan hasil koefisien determinasi dengan hasil sebesar 19,1%, hal ini berarti variabel produk, harga, lokasi, promosi, karyawan, bukti fisik, dan proses mampu mempengaruhi persepsi nasabah, dan sisanya sebesar 80.9% dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut antara lain :

1. Terdapat kendala dalam pencarian data responden untuk mengisi kuesioner yang sesuai dengan kriteria pengisian kuesioner.
2. Fokus penelitian ini hanya pada produk funding saja.

5.3. Saran

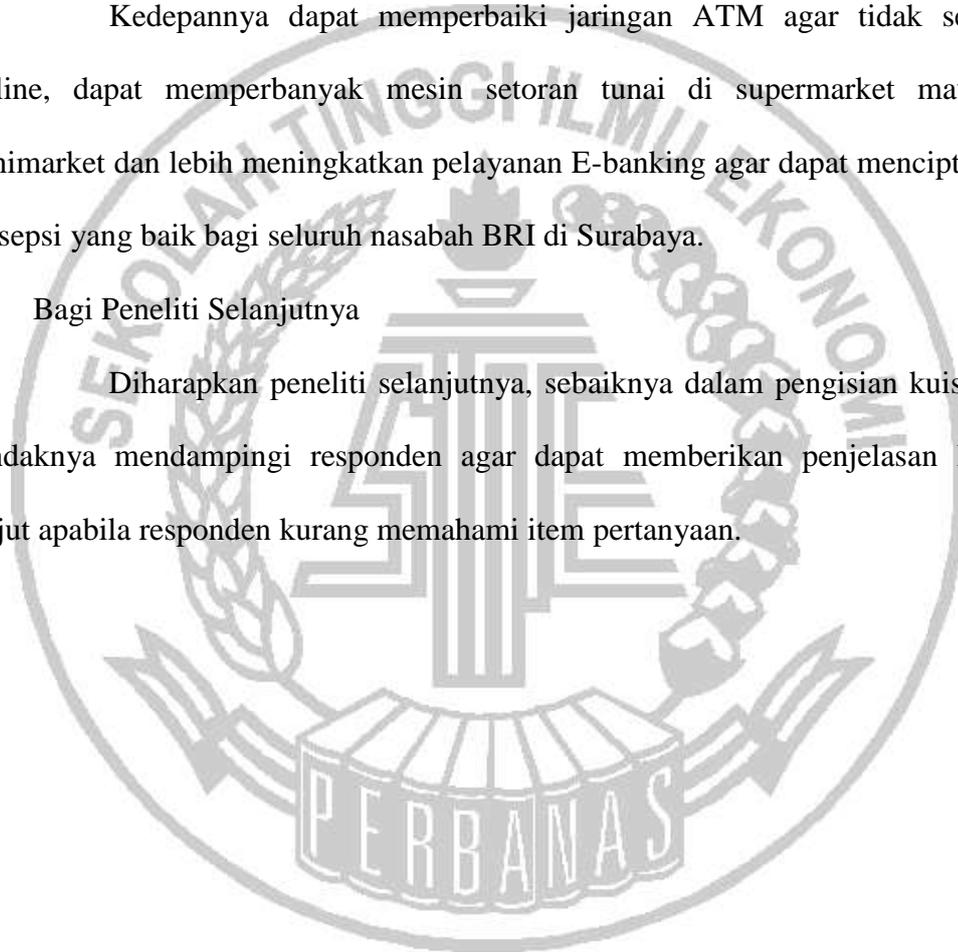
Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-sarannya adalah

1. Bagi Bank BRI di Surabaya

Kedepannya dapat memperbaiki jaringan ATM agar tidak sering offline, dapat memperbanyak mesin setoran tunai di supermarket maupun minimarket dan lebih meningkatkan pelayanan E-banking agar dapat menciptakan persepsi yang baik bagi seluruh nasabah BRI di Surabaya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya, sebaiknya dalam pengisian kuisioner hendaknya mendampingi responden agar dapat memberikan penjelasan lebih lanjut apabila responden kurang memahami item pertanyaan.



DAFTAR RUJUKAN

- Burhan Bungis, Msi, 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Kencana
- Fatemeh Faramarzpour dan Alireza Mahmoudzadeh 2015. "The Effect of Marketing of Bank Services on Customers Preference of Private Banks: Case Study of Mellat and Tejerat Banks in Khorasan Razavi Province". *International Journal of Management, Accounting and Economics* Vol 2, No.3, March, 2015
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Edisi 7. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kasmir. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi revisi III. Jakarta : Rajawali Pers
- Majalah Infobank. 2014. Januari .No. 418. Halaman 28
- Mudrajad Kuncoro. 2011. *Metode Kualitatif : Teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu YKPN.
- Noor Juliansyah. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Principles Of Marketing 12th*. Edition Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba empat
- Rezwan Mahmood dan Sarif Mohammad Khan. 2014. "Impact Of Service Marketing Mixes On Customer Perception : A Study On Eastern Bank Limited, Bangladesh". *European Journal of Business and Management*, Vol.6, No.34.
- Sentot Imam Wahjono. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sofjan Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu