

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah BNI di Surabaya
2. Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung pada nasabah BNI di Surabaya
3. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah BNI di Surabaya

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yang digunakan dalam penelitian ini adalah Harga, Lokasi, dan Promosi, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan menabung nasabah.
2. Berdasarkan diagram path pada bab sebelumnya tampak bahwa nilai β untuk variabel Harga adalah 0.36 atau sebesar 36%. Ini menunjukkan bahwa keputusan menabung dipengaruhi oleh variabel harga hanya sebesar 36%, sedangkan 64% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

3. Berdasarkan diagram path pada bab sebelumnya tampak bahwa nilai β untuk variabel Promosi adalah 0.38 atau sebesar 38%. Ini menunjukkan bahwa keputusan menabung dipengaruhi oleh variabel harga Promosi sebesar 38%, sedangkan 62% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisis maka saran yang dapat disampaikan peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BNI

Diharapkan bank BNI bisa menjangkau daerah-daerah terpencil sehingga setiap kalangan masyarakat dapat melakukan transaksi dengan gampang dan mudah. Serta diharapkan pihak BNI bisa memberikan promosi berupa pengiklanan produknya yang lebih menarik agar mudah diingat oleh masyarakat.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya agar mendampingi dan menuntun responden dalam pengisian kuesioner dengan tujuan dapat memberikan penjelasan seputar kuesioner tersebut, sehingga tidak terjadi kesalahan pada saat responden akan mengisi kuesioner.

DAFTAR RUJUKAN

- Amelia Tjahjono, Hatane Samuel, dan Ritzky Karina M. R. Brahmana., “Analisa Mark0eting Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi, Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2013. Pp 1-9
- Ari Setiyaningrum, dkk. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jogjakarta : Penerbit Andi
- Bank pemenang *Top Brand Award* kategori *banking and finance* 2013 di Indonesia. (Online), (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2013_fase_1) diakses pada 2 april 2017 jam 15:41)
- Bank pemenang *Top Brand Award* kategori *banking and finance* 2014 di Indonesia. (Online), (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014_fase_1) diakses pada 2 april 2017 jam 15:41)
- Bank pemenang *Top Brand Award* kategori *banking and finance* 2015 di Indonesia. (Online), (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1) diakses pada 2 april 2017 jam 15:42)
- Bank pemenang *Top Brand Award* kategori *banking and finance* 2016 di Indonesia. (Online), (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1) diakses pada 2 april 2017 jam 15:43)
- Fandi Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Jogjakarta : Penerbit Andi
- Ghazali, Imam dan Hengky Latan. 2014. *Partial LEAST Square Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPls 4.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghazali, Imam. 2013. *Teknik Penyusunan Skala Likert (Summated Scale)*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP
- Heesup Han , dan Kisang Ryu., “The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry”. *Journal of Hospital & Amp*. 14 (oktober) 2009. Pp 487-510

- Iraman, Rr. 2014. *Modul Statistika 2*. Surabaya : Perbanas
- Irfam Fahmi. 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan : kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta : PT Taja Grafindo Persada
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi 12. Jilid 1. Diterjemahkan oleh Baob Sabran. Jakarta : Erlanga
- Kristijadi, Emanuel. 2016. *Buku Pedoman Penulisan dan Penilaian skripsi*. Surabaya : Perbanas
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran : Pemasaran Ritel*. Jakarta : Gramedia
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jakarta : Indeks
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Monang Ranto Tambunan Dan Inggrita Gusti Sari Nasution., “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank BCA Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* Vol 1. 3 februari 2013. Pp 193-204
- Nabila H Zhafira., “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*. Desember 2013. Pp 72-78
- Prashant Kumar, Bhimrao M Ghodeswar., “Factors Affecting Consumers’ Green Product Purchase Decisions”. *Journal Marketing intelligence and planning*. 10 (September). Pp 330-347
- Rambat lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

Retno Astuti, Rizky Lutfian Ramadhan Silalahi, Galuh Dian Paramita Wijaya.,
“Marketing Strategy Based On Marketing Mix Influence On Purchasing
Decisions of Malang Apples Consumers at Giant Olympic Garden Mall
(MOG), Malang City, East Java Province, Indonesia”. *Agriculture and
Agriculture Science Procedia*. 8 (October) 2015. Pp67-71

Supranto J. 2016. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Penerbit Erlangga

Villarejo Ramos, Angel F, Sanchez franco, Manuel J., “The Impact of Marketing
Communication and Price Promotion On Brand Equity”. *Jurnal of Brand
Management*. 5 (April) 2005. Pp 431-444

