

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya. Semakin baik produk tabungan BRI Simpedes, tidak selalu meningkatkan keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya.
2. Harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya. Semakin baik harga yang ditawarkan oleh bank BRI, tidak selalu meningkatkan keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya.
3. Tempat berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya. Semakin baik tempat bank BRI, tidak selalu meningkatkan keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya.
4. Promosi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya. Semakin baik promosi yang dilakukan oleh bank BRI, tidak selalu menurunkan

keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya.

5. Pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes. Semakin baik pelayanan yang diberikan bank BRI, tidak selalu meningkatkan keputusan nasabah untuk membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya.
6. Kesadaran berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes. Semakin tinggi kesadaran yang dirasakan oleh nasabah, maka akan selalu menurun keputusan nasabah untuk membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

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

1. Keterbatasan penyebaran kuesioner sehingga peneliti hanya dapat menyebar ditempat-tempat tertentu sesuai dengan responden yang menggunakan tabungan BRI Simpedes.
2. Tidak semua responden bersedia dalam mengisi kuesioner, maka hal ini dapat membuang waktu dalam mencari responden.

5.3 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan pada peneliti terdahulu dan penelitian sekarang, maka ada beberapa penelitian yang saran-saran mungkin bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh peneliti selanjutnya.

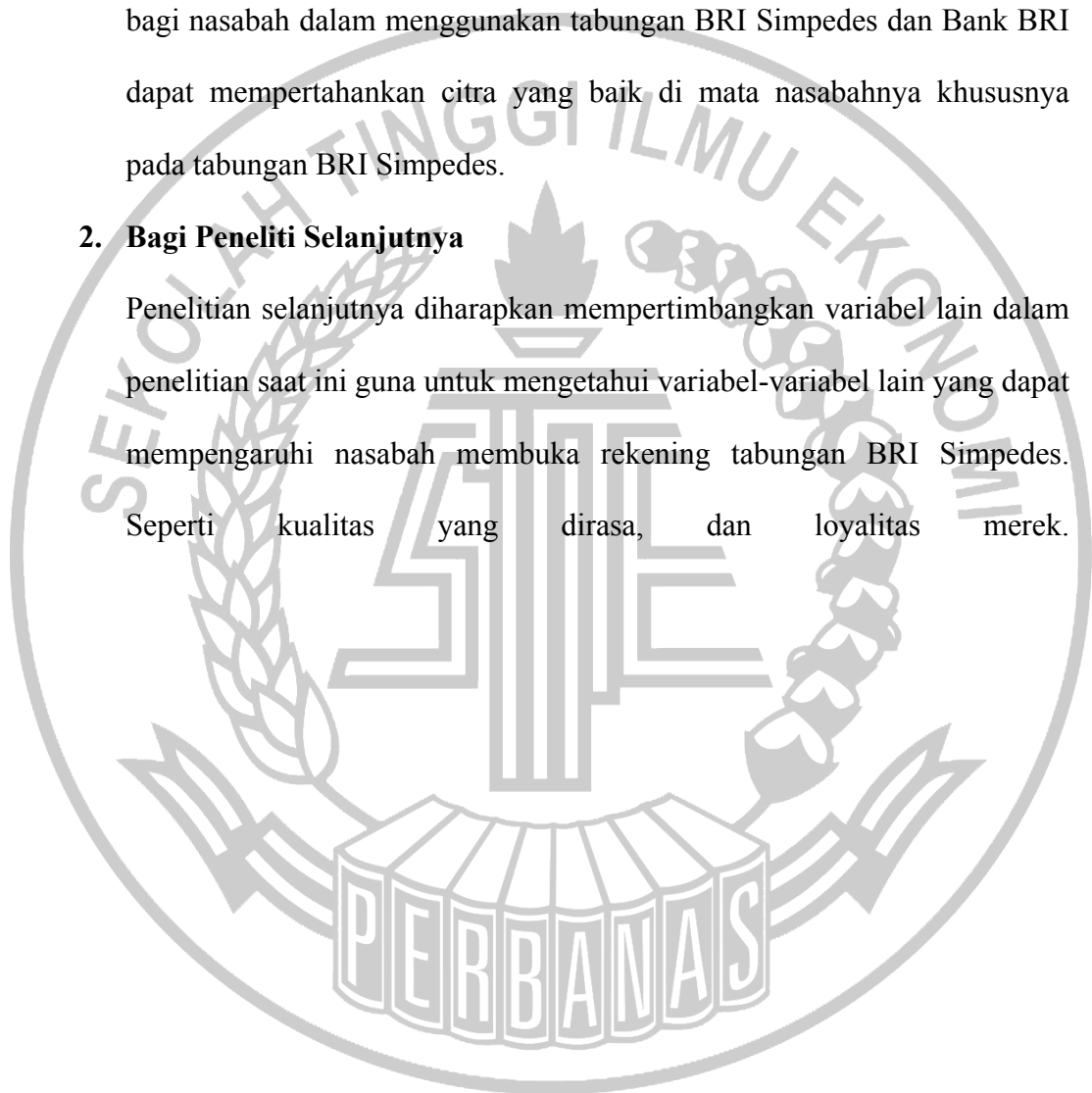
Saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BRI di Surabaya

Pada variabel kesadaran mendapatkan hasil berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya. Sehingga bank BRI diharapkan untuk meningkatkan kemudahan bagi nasabah dalam menggunakan tabungan BRI Simpedes dan Bank BRI dapat mempertahankan citra yang baik di mata nasabahnya khususnya pada tabungan BRI Simpedes.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan mempertimbangkan variabel lain dalam penelitian saat ini guna untuk mengetahui variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes. Seperti kualitas yang dirasa, dan loyalitas merek.



DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta
- Boyd. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Oriental Global*. Edisi Kedua Jilid 2. Terjemahan Imam Nurmawan. Jakarta Erlangga.
- Cannon, Joseph P, William D. Perreault, and E. Jerome. McCarthy 2008. *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*. Jakarta : Salemba empat.
- Gazie S. Okpara and Onuoha A. Onuoha. 2013. "Bank Selection and Patronage By University Students: A Survey of Students in Umudike, Nigeria". *Asian Business Review*, Volume 2, Number 2/2013 (Issue 4). ISSN 2304-2613 (Print); ISSN 2305-8730.
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Indriyo Gitosudarmo. 2002. *Managemen Keuangan*. Edisi keempat. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain.Edisi Revisi (2008)*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Prentice Hall Int, Inc, Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.

Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 12th. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

_____, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran 12th*. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.

_____, 2011. *Marketing an Introduction 10th*. Indonesia: Perason.

_____, 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran 13th*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. 12th*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks.

_____, 2009. *Manajemen Pemasaran, 12th*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta

Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat, Depok

Schiffman dan Kanuk. 2010. *Consumer Behaviour. 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. PT. Gramedia. Jakarta.

_____, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.

_____, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

_____, 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di era Internet “Implikasinya pada Strategi Pemasaran”*. Edisi pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Vitorino, Maria Ana, Ali Hortacsu, and Elisabeth Honka. "Advertising, Consumer Awareness and Choice: Evidence from the US Banking Industry". 2014 Meeting Papers. No. 574. Society for Economic Dynamics, 2014.

Yusiffia Nur Istiqomah. 2015. “The Influence of Marketing (Product, Price, Place and Promotion) and Service on Customers Decision of Using BSM Saving Products”. *Global Review of Islamic Economics and Business*, Vol. 3, No.2 (2015) 073-09. Faculty of Islamic Economics and Business-State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta. ISSN 2338-7920 (O) / 2338-2619 (P)

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014

<https://surabayakota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/322>

