

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BCA di Surabaya.
- 2) Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BCA di Surabaya.
- 3) Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BCA di Surabaya.
- 4) Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank BCA di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa keterbatasan antara lain :

- 1) Tidak dicantumkan oleh peneliti terkait dengan pengisian waktu minimal transaksi responden yang datang ke Bank BCA, dalam kuesioner yang mengakibatkan informasi yang diterima kurang tepat.
- 2) Kurangnya penjelasan yang dipaparkan oleh peneliti kepada responden terkait dengan pengisian identitas responden dalam kuesioner yang

mengakibatkan ada beberapa pengisian identitas yang tidak jelas, contohnya pada kolom lain-lain yang ada pekerjaan. Beberapa responden hanya menyalang atau melingkari kolom lain-lainnya saja tanpa menuliskan isinya dengan jelas.

- 3) Kurangnya penjelasan yang dipaparkan peneliti dalam penulisan penelitian ini tentang hasil dari Adjusted R square yang menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat sebesar 50,9%, sisanya 49,1 % dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan saat ini, peneliti memberikan saran yang mungkin perlu dipertimbangkan oleh perusahaan maupun peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian saat ini agar penelitian ini memiliki manfaat yang positif. Adapun saran yang di berikan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- 1) Bagi perusahaan Bank BCA
 - a. Pada variabel Promosi yang berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Menabung mengindikasikan bahwa Bank BCA sudah memberikan promosi yang menarik terhadap nasabah Bank BCA, tetapi dari data yang diperoleh pada penelitian ini sebagian responden masih memberikan nilai rendah terhadap salah satu pernyataan pada kuesioner, sehingga seharusnya Bank BCA lebih meningkatkan hadiah-hadiah yang ditawarkan kepada para nasabah Bank BCA agar nasabah lebih tertarik untuk menabung pada Bank BCA.

- b. Pada variabel Kualitas Layanan yang berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Menabung mengindikasikan bahwa Bank BCA sudah memberikan kualitas layanan yang baik dan memenuhi harapan nasabah, tetapi dari data yang diperoleh pada penelitian ini sebagian responden masih memberikan nilai rendah terhadap salah satu pernyataan pada kuesioner, sehingga seharusnya karyawan Bank BCA lebih efisien dalam melayani transaksi nasabah sehingga para nasabah mendapatkan kualitas layanan yang baik dan cepat.

2) Bagi peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya hendaknya memberikan penjelasan dengan jelas kepada responden terkait dengan pengisian identitas responden dan pada kuesioner, sehingga semua pengisian identitas dapat terisi dengan jelas, seperti contohnya pada kolom lain-lain yang ada pada pekerjaan dalam penelitian ini. Beberapa responden hanya menyilang kolom lain-lainnya saja tanpa menuliskan isinya dengan jelas karena peneliti kurang memaparkan penjelasannya terkait hal itu.
- b. Untuk hasil yang lebih maksimal maka di sarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil jumlah responden yang lebih banyak.
- c. Peneliti selanjutnya agar menambahkan jumlah variabel bebas untuk hasil yang maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Ety Rochaety, Ratih Tresnati, H. Abdul Madjid Latief. 2007 “*Metodologi Penelitian Bisnis*”. Mitra Wacana Media : Jakarta.
- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*. Charisma Putra Utama : Jakarta.
- Junio Andreti, Nabila H Zhafira, Sheila S Akmal, Suresh Kumar. 2013. “The Analysis of Product, Price, Place, Promotion, and Service Quality on Customer’s Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia” *International Journal of advance in Management and Economics/vol2(6)*. Pp. 72-78
- Kasmir. 2012. *Dasar-Dasar Perbankan*. PT Rajagrafindo persada. Jakarta.
- _____, 2013. *Bank Lembaga Keuangan Lainnya*. PT.Rajagrafindo persada. Jakarta.
- Kotler, Philip. Dan Kevin L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi Ketiga Belas*, Jakarta.
- _____, 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan* : Bob Sabran.
- Malhotra, Naresh K. 2009 *Riset Pemasaran*. Edisi Ke Empat Indeks.
- Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti. 2015. “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya” *Journal Business and Banging/vol5(1)*. pp. 149-162.
- Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Rosady Ruslan. 2010. *Metode Penelitian : Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta : PT Grafindo Persada.
- Sentot Imam Wahjono. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tatik Suryani, 2016. *Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : GrahaIlmu.

Yusuffia Nur Azizah Istiqomah. 2015. "The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) and Service on Customer's Decision of Using BSM Saving Product" *Global Review of Islamics and Business/vol3(2).pp.* 73-98

<http://www.bca.co.id>, diakses pada tanggal 8 Maret 2017

<http://www.topbrand-awards.com>, diakses pada tanggal 10 Maret 2017

