

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan”, dapat didukung kebenarannya.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan”, dapat didukung kebenarannya.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan”, dapat didukung kebenarannya.
4. Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan”, dapat didukung kebenarannya.
5. Hipotesis kelima yang menyatakan bahwa “Karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan”, dapat didukung kebenarannya.

6. Hipotesis keenam yang menyatakan bahwa “Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan”, dapat didukung kebenarannya.
7. Hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa “Proses mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan”, dapat didukung kebenarannya.
8. Hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa “Produk, harga, lokasi, promosi, karyawan, bukti fisik dan proses mempunyai pengaruh signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan”, dapat didukung kebenarannya.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pada penelitian ini memiliki keterbatasan, dan adapun keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Terdapat kendala dalam pencarian data responden untuk pengisian kuesioner yang sesuai dengan kriteria pengisian kuesioner
2. Penelitian ini hanya berfokus pada kredit usaha rakyat (KUR) BRI saja.

5.3. Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan hasil penelitian maka dapat dikembangkan beberapa saran atau masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Bagi BRI Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh *marketing mix* terhadap persepsi nasabah dalam memilih

KUR BRI di Bangkalan dan juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan *performance* Bank khususnya pada pelayanan dan pemasaran Bank.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah atau menggunakan variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan.

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
- 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
- Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu