

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir sebesar 74 responden nasabah Produk Tabungan Bank Mandiri di Surabaya dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan aplikasi SPSS 16,0 didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri di Surabaya. Dapat dikatakan bahwa jika promosi meningkat, tidak selalu keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri di Surabaya meningkat.
2. Lokasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri di Surabaya. Dapat dikatakan bahwa jika lokasi meningkat, tidak selalu keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri di Surabaya meningkat.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri di Surabaya. Dapat dikatakan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri selalu akan meningkat pula.
4. Secara Simultan Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri di

Surabaya. Dapat dikatakan jika secara bersama-sama promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan meningkat keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri selalu akan meningkat pula.

## **1.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Terdapat responden yang kurang serius dalam ketersediaannya mengisi kuesioner. Namun hal ini bisa diantisipasi peneliti dengan melakukan pendampingan serta menghidupkan suasana menggunakan obrolan ringan.
2. Peneliti merasa sulit mencari responden yang telah bertransaksi dengan Bank Mandiri di Surabaya minimal tiga kali dalam tiga bulan terakhir. Namun hal ini bisa diantisipasi peneliti dengan melakukan pencarian responden dilokasi lain.

## **1.3 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu ataupun penelitian saat ini, maka peneliti memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya antara lain.

### **1. Bagi Bank Mandiri**

Saran untuk Bank Mandiri di Surabaya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi Bank Mandiri untuk lebih meningkatkan lagi pelayanan yang lebih maksimal sehingga nasabah akan terus menyimpan dananya pada Bank Mandiri. Berdasarkan hasil dari kuisisioner masih ada beberapa responden yang tidak setuju terhadap

kualitas pelayanan yang di berikan oleh Bank Mandiri diantaranya kompetensi yang baik dalam melayani nasabah, pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah, karyawan Bank Mandiri mampu menyelesaikan masalah dengan tepat oleh karena itu Bank Mandiri diharapkan dapat meningkatkan beberapa hal tentang kualitas pelayanan tersebut sehingga nasabah akan menempatkan dananya pada tabungan Bank Mandiri di Surabaya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Memperluas wilayah penelitian sehingga bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas.
- b) Untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal maka di sarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil jumlah responden yang lebih banyak serta menambahkan jumlah variabel bebas.
- c) Dalam melakukan penyebaran kuesioner diharapkan saat pengisian responden mendapatkan pendampingan.
- d) Lebih merata keseluruh lapisan usia responden.

## DAFTAR RUJUKAN

- Basu Swastha, Irawan. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cetakan Ketujuh. Penerbit Liberty
- Fandi Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.
- Husein Umar. 2008. *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Bank Dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi keempat. Jakarta: Indeks.
- 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*. 2013
- 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*. 2013
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Sofjan Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syofian Siregar. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suharyadi. 2004. *Statistik Untuk Ekonomi & Keuangan Modern*, Jakarta: Buku 2, Salemba Empat
- Tabachnick, B.G. dan Fidel, L.S. 2007. *Using Multivariate Statistics*. Fifth Edition USA: Pearson Education Inc.

Tri Astuti, Rr. Indah Mustikawati., “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah”. *Jurnal Nominal*. 2013