

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

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

1. Kualitas produk berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan simpeda di bank Jatim cabang Surabaya. Semakin baik kualitas produk tabungan Simpeda maka semakin rendah bagi masyarakat Surabaya untuk menggunakan tabungan Simpeda di bank Jatim cabang Surabaya.
2. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan simpeda di bank Jatim cabang Surabaya. Semakin baik promosi yang dilakukan oleh bank Jatim maka semakin tinggi keputusan bagi masyarakat Surabaya untuk menggunakan tabungan simpeda di bank Jatim cabang Surabaya.
3. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan simpeda di bank Jatim cabang Surabaya. Semakin baik harga yang ditawarkan oleh bank Jatim untuk produk tabungan simpeda maka semakin tinggi keputusan bagi masyarakat Surabaya untuk menggunakan tabungan simpeda di bank Jatim cabang Surabaya.
4. Persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan simpeda di bank Jatim cabang Surabaya. Semakin baik persepsi yang timbul untuk tabungan simpeda bank Jatim maka semakin tinggi

keputusan bagi masyarakat Surabaya untuk menggunakan tabungan simpeda di bank Jatim cabang Surabaya.

5. Kualitas produk, promosi, harga dan persepsi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan tabungan simpeda di bank Jatim cabang Surabaya.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

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

1. Kesulitan memperoleh nasabah dilokasi bank yang tidak diperkenankan oleh pihak bank dalam penyebaran kuesioner, sehingga perlu dilakukan penyebaran ditempat lain seperti universitas atau perguruan tinggi, tempat keramaian (mall) yang dapat berpotensi mendapatkan responden sesuai dengan kriteria penelitian.
2. Tidak semua responden bersedia dalam mengisi kuesioner, maka hal ini dapat membuang waktu dalam mencari responden

## **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil dari hasil penelitian yang dilakukan dengan baik oleh peneliti terdahulu maupun peneliti yang dilakukan saat ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan bagi baik perusahaan maupun peneliti yang berikutnya. Adapun beberapa saran yaitu :

### **1. Saran bagi Bank Jatim**

Pada variabel kualitas produk mendapatkan hasil berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan simpeda di

Bank Jatim cabang Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk bank Jatim hampir sama dengan kualitas produk bank lainnya sehingga tidak ada keunggulan yang berbeda dengan kualitas produk bank lainnya. Sehingga bank Jatim harus lebih meningkatkan kualitas produknya agar dapat lebih unggul daripada bank lainnya. Selain itu dengan meningkatkan pelayanan pegeluhan nasabah dengan maksimal dan cepat ditangani sehingga nasabah tidak perlu menunggu lama. Bank Jatim perlu menambah ciri khas pada tabungan Simpeda untuk memberikan nilai unggul tabungan simpeda di bandingkan tabungan lainnya.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan dari nilai uji F sebesar 41,7 % variabel keputusan menggunakan dipengaruhi oleh variable bebas, yaitu kualitas produk, promosi, harga dan persepsi sedangkan sisanya 58,3 % variable keputusan menggunakan bias dipengaruhi oleh variable bebas yang tidak dibahas di penelitian ini seperti variabel citra merek, tempat, karyawan, proses dan wujud fisik dimana variabel tersebut dapat mempengaruhi keputusan menggunakan tabungan .

## DAFTAR RUJUKAN

- Bank DKI. *Bank DKI Catatkan Pertumbuhan DPK 11,51%*. 2015. Online. (<http://www.bankdki.co.id>), Di akses tanggal 3 April 2016
- Bank Jateng. *Ekonomi Update (Release Div Dana and Treasury)*. 2015. Online. (<http://www.bankjateng.co.id>), Di akses tanggal 3 April 2016
- Bank Jatim. *Rising Star Dari Timur*. 2015. Online. (<http://www.bankjatim.co.id>), Di akses tanggal 3 April 2016
- Bank Sulselbar. *Annual Report 2014*. 2014. Online. (<http://www.banksulselbar.co.id>), Di akses tanggal 3 April 2016
- Bank Sumut. *Memperkuat Fondasi*. 2015. Online. (<http://www.banksumut.com>), Diakses tanggal 3 April 2016
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2, Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Morrisan. 2012. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nikita Prisilia Gunadi. 2015. "The Influence of Product Quality and Consumer Perception to Purchase Decision on Canon DSLR Camera in Manado". ISSN 2303-1174. Vol.3, No.1
- Ratih Hurriyati. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*; Bandung: ALFABETA.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall
- \_\_\_\_\_. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

Stany Wee Lian Fong, dkk. 2015. "*Monetary and Image Influence on the Purchase Decision of Private Label Products in Malaysia*". *Journal of Advanced Management Science*. Vol.3, No.4.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

