

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa secara parsial variabel *Advertising* ( $X_1$ ) dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan tabungan *easy wadiah* dengan persentase sebesar 20,6% dengan indikator yang memiliki nilai rata-rata terbesar pada tabungan memberikan solusi atas harapan nasabah, sementara indikator frekuensi penayangan iklan memiliki nilai rata-rata terendah.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa secara parsial variabel *Sales Promotion* ( $X_2$ ) dinyatakan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan tabungan *easy wadiah* dengan persentase sebesar 15,6% dengan indikator yang memiliki nilai rata-rata terbesar adalah adanya fasilitas *payment point* di lingkungan kampus, sedangkan yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah *voucher* potongan harga.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan, secara simultan variabel *Advertising* dan *Sales Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan tabungan *easy wadiah* dengan nilai persentase sebesar 36,2% dan sisanya 63,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan, maka saran yang dapat diajukan peneliti sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Advertising* ( $X_1$ ), indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah terdapat pada frekuensi penayangan iklan. Dengan demikian, pihak perusahaan kedepannya diharapkan harus meningkatkan penayangan iklan produk tabungan melalui media sosial karena media sosial merupakan sarana yang paling mudah dilihat dan di

manfaatkan oleh banyak orang sehingga, calon nasabah atau nasabah semakin sering melihat dan menerima informasi mengenai produk tabungan *easy wadiah*.

2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Sales Promotion* ( $X_2$ ) indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah terdapat pada *voucher* potongan harga. Dengan demikian, pihak perusahaan kedepannya diharapkan dapat memperbaiki bentuk program *sales promotion* dan memperhitungkan target pasar mengenai *voucher* potongan harga. Apabila targetnya di kalangan mahasiswa maka bentuk bentuk promosi penjualannya seperti, *voucher* potongan harga bioskop, potongan harga di gerai tertentu, atau nilai minimal transaksi untuk mendapatkan *voucher* potongan harga diturunkan diberbagai *merchant* yang sudah bekerja sama dengan Bank BSI.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Minat Nasabah (Y) indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah terdapat pada mencari informasi dan testimoni dari berbagai sumber dan pengguna sebelumnya. Dengan demikian, pihak perusahaan harus memberikan informasi terkait ulasan nasabah yang menggunakan tabungan *easy wadiah* melalui *platform web* BSI atau media sosial BSI dan pelayanan yang maksimal dan optimal seperti saat melakukan pembukaan rekening tabungan *easy wadiah* secara *online* ataupun datang langsung ke kantor Bank BSI terdekat agar nasabah pengguna tabungan *easy wadiah* bisa merasakan kepuasan yang lebih terkait pengalaman menggunakan tabungan *easy wadiah*, yang mana nantinya hal tersebut akan berimbas pada nasabah yang akan menceritakan pengalaman kepuasannya kepada calon pengguna lain terkait penggunaan tabungan *easy wadiah*.