

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan temuan teori dan pembahasan penulis yang ada dalam bab sebelumnya pada PT BPR Dana Fanindo, penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPR Dana Fanindo.
2. Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPR Dana Fanindo.
3. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPR Dana Fanindo.
4. Secara bersamaan pada variabel citra merek, periklanan dan persepsi berpengaruh positif dan simultan terhadap keputusan menabung pada PT BPR Dana Fanindo

5.2. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas penulis mencoba memberikan beberapa saran untuk perbaikan penelitian dimasa yang akan datang sebagai berikut:

1. Bagi PT BPR Dana Fanindo

Dalam upaya meningkatkan keputusan nasabah menabung, PT BPR Dana Fanindo dapat meningkatkan kemudahan nasabah dalam mengenali logo PT BPR Dana Fanindo sehingga dapat diingat terus oleh nasabah, dapat meningkatkan periklanan yang menarik seperti membuat iklan yang mudah dipahami dan menarik perhatian nasabah melalui berbagai media contohnya papan reklame ataupun koran dan brosur, dapat memberikan kenyamanan dan manfaat yang besar bagi nasabah seperti peduli terhadap keluhan nasabah dan lebih inisiatif dalam membantu nasabah yang sedang mengalami kesulitan sehingga mereka akan memiliki persepsi yang positif atau baik terhadap PT BPR Dana Fanindo.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya agar dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti pengaruh lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada PT BPR Dana Fanindo. Peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan sampel selain produk tabungan melainkan seperti deposito dan kredit supaya informasi yang diperoleh lebih banyak.