

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilaksanakan pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* Dan *Media Communication* Terhadap Keputusan Memilih Produk Pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang sebagai berikut :

1. Hasil hipotesis pertama menunjukkan bahwa t -hitung sebesar $0.102 < t$ -tabel 1.667. Maka dapat disimpulkan bahwa *Brand Awareness* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang. Dimana hal tersebut peingkatan *Brand Awareness* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Produk.
2. Hasil hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa t -hitung sebesar $2.600 > t$ -tabel 166. Maka dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang. Dimana hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tingginya *Brand Image* maka akan semakin meningkat juga Keputusan Memilih Produk.
3. Hasil hipotesis yang ketiga menunjukkan bahwa t -hitung sebesar $2 > t$ -hitung 1.667. Maka dapat disimpulkan bahwa *Media Communication*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk pada Bank Sumsel Babel Cabang Palembang. Dimana hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tingginya Media Communication maka akan semakin meningkat juga Keputusan Memilih Produk.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, penulis mencoba memberikan saran yang mungkin dapat digunakan bagi perusahaan dimasa mendatang, adapun saran dari penulis sebagai berikut :

1. Bagi Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang yang berkaitan dengan Brand Awareness dalam kemampuan mengenali jenis produk, penyesuaian produk terhadap keinginan konsumen, dan kemampuan mengingat promo produk agar dapat dievaluasi. Yang berkaitan dengan Brand Image untuk lebih mengenali lagi citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk untuk menarik keputusan memilih produk pada nasabah, dan meningkatkan lagi Media Communication yang digunakan untuk promosi penjualan, periklanan, penjualan tatap muka maupun hubungan dengan masyarakat, untuk menarik keputusan memilih produk pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.
2. Bagi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang selama proses pemilihan produk pada Bank hendaknya mengetahui dan mengevaluasi dan membandingkan produk Bank sumsel Babel Syariah

dengan Produk Bank lainnya untuk melihat manfaat dari produk yang akan dipilih.

3. Bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan lagi penelitian ini dengan mengkaji atau menambah variabel bebas hendaknya dalam penelitian selanjutnya untuk memperbanyak referensi seperti : buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan lain-lainnya sehingga dapat memperluas jangkauan penelitian serta menarik untuk diteliti dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Djali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Iham Aziz, *Perlunya Brand Image*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Kadir, *Statistika Terapan Konsep: Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, Jakarta:Rajawali Pers, 2015.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Revisi Ke-2, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.
- Muhamad Yusuf, Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*, Bogor: IPB Press, 2019.
- Peny Cahaya Azwari, Muhammadinah dan Juwita Anggraini. *Modul Praktikum SPSS*. Palembang: Rafah Press, 2019.
- Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan*,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015).
- Ristiyati Prasetijo dan John jm, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rusli Muhammad ,*Berbagai Peran Media Komunikasi Dalam Dunia Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Setiadi J Nugroho, *perilaku konsumen*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Sugiono Dan Agus Santoso, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenada media Group, 2015.
- Wakum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait (BAMUI & Takaul) di Indonesia*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002.

B. JURNAL

- Eliasari Putuh Ratih Arta, Sukatmaja Putu Gde, *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Dimediasi Oleh Perceived Quality Dan Brand Loyalty*. Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, E-jurnal Manajemen Unud, Vol.6, No.12, 2017.
- Hasugian jimi tumpal mangisi, *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Tekonsel*, ejournal Administrasi Bisnis, Vol.2, No.4, 2015.
- Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim, *Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati*, Jurnal Ekonomi Syariah Vol 4 No 1, 2016.
- Khoiriyah Indra Cahyani, Rr. Endang Sutrasawati, *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Analisis Management, 2016.
- Fitri Yana Salam, Rafika Rahmawati, *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Media Communication terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank BRI Syariah KCP Cileungsi*, jurnal, Vol.17. NO. 1, 2020.
- Nugrahaini Resti Lusan, dkk, *Analisis Pengutan Merek Dalam Membentuk Ekuitas Merek Pada Minuman Sari Buah BB*, Jurnal Agribisnis, Vol.8, No.2, 2014.
- Ramayanti Farida, *Peran Brand awareness terhadap keputusan pembelian produk*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, JSMB Vol.6, No.2, 2019.
- Tom Duncan. *Principles of Advertising & IMC, Second Edition*. McGraw-Hill, Inc, 2005.
- Suciningtyas Wulan. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian*. Management Analysis Journal 1, Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2012.
- Wilardjo Setia Budhi, *pengertian, peran dan perkembangan bank syariah di indonesia*, jurnal, vol, 4, No. 1, 2005.
- Wulan Suciningtyas, *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian*, Management Analysis Journal vol 1, 2012.

C. SKRIPSI

- Andhini wulan Saputri, *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jaringan 4G LTE PT. TEKOMSEL*, Skripsi, Universitas Pancasila, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Manajemen, 2017.

- Firdaus Ridho, *Pengaruh Brand Image dan Media Communication Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Usaha Dalam Persepektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi, 2017.
- Izzudin Wahyu Al Hafidh, *Pengaruh Brand Awareness Dan Persepsi Syariah Terhadap Keputusan Beli Produk Pada Bank Syariah Mandiri Area Malang*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2018.
- Lestari Wulan, *Analisis Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kepercayaan Merek (Brand Trust) dan Harga (Price) Terhadap Loyalitas Merek*, Skripsi Universitas Semarang, 2014.
- Putih Kumalasari, *Analisis Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Brand Equity Dan Dampaknya Pada Keputusan Beli Konsumen*, Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2013.
- Rodhiyah Afifatur, *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Brand Prefence Nasabah*, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020.
- Saputri Andini Wulan, *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Media Komunikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jaringan 4G LTE PT. Tekomsel*, Skripsi, 2017.
- Tri Astuti, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.

D. INTERNET

- <http://www.pelajaran/2017/01/pengertian-bank-menurut-ahli-jenis-dan-fungsi-bank-secara-spesifik-terlengkap.html>
- <http://www.banksumselbabel.com/syariah/Tentangkami?ID1>