

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan dilandasi dengan kajian teori rumusan masalah yang telah dibahas, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah :

1. Hipotesis pertama yang menyatakan di duga bahwa Iklan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan produk di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang diterima, hal ini dikarenakan bahwa iklan akan mampu merubah pola pikir calon nasabah terhadap suatu produk jasa, sehingga akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan produk jasa tersebut.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan di duga bahwa Citra Merek berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan produk di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang diterima, hal ini dikarenakan kepercayaan calon nasabah terhadap suatu merek menciptakan loyalitas kepada merek tersebut, sehingga menimbulkan keinginan dalam benak calon konsumen untuk menggunakan produk jasa tersebut.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan di duga bahwa secara bersama - sama iklan dan citra merek berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang di terima, hal ini dikarenakan iklan mampu merubah pola pikir calon nasabah dan citra merek mampu menimbulkan kepercayaan calon nasabah terhadap produk

jasa. Dengan demikian di simpulkanlah bahwasanya iklan dan citra merek secara bersama – sama atau secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan produk di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai iklan dan citra merek terhadap minat menabung calon nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah Palembang, maka peneliti akan memberikan beberapa saran dan masukan untuk kedepannya bagi perusahaan, diantaranya :

1. Jika dilihat dari iklan yang telah dibuat dan dilaksanakan oleh perusahaan dapat membuat iklan yang lebih memperhatikan desain iklan yang dibuat serta memperhatikan model iklan yang dipilih agar iklan lebih menarik sehingga calon nasabah akan tertarik untuk memperhatikan dan membaca iklan apabila iklan yang mereka lihat menggambarkan desain yang bagus pula. Hal ini akan mempermudah calon nasabah untuk memahami, mengerti dan mengingat produk yang ditawarkan dengan iklan yang berusaha disampaikan oleh Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.
2. jika dilihat dari citra merek yang sudah terbentuk pada perusahaan, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan lagi citra merek yang ada pada produk agar calon nasabah lebih berminat lagi untuk menggunakan produk perbankan di Bank Sumsel Babel Syariah

Palembang. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan keunggulan asosiasi merek oleh perusahaan.

3. jika dilihat dari minat menabung calon nasabah yang sudah cukup baik pada Bank Sumsel Babel Syariah Palembang, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan lagi minat menabung calon nasabah agar tujuan perusahaan tetap tercapai dan kenaikan jumlah nasabah di perusahaan lebih meningkat dari sebelumnya.

Kemudian peneliti akan memberikan beberapa saran dan masukan bagi penelitian selanjutnya, yaitu penelitian ini hanya menggunakan dua variabel dependen dan satu variabel independen, penulis berharap ada peneliti – peneliti selanjutnya yang menambah variabel – variabel tersebut, baik dari dependen maupun independen.

## Daftar Pustaka

- Hasanah, Uswatun dan Arie Iswanto. 2006. Jurnal “*Analisis Cochran, Pendekatan Empiris dalam uji asosiasi merek.*”
- Hermawan, 2012. *Menejemen pemasaran*, yogyakarta: BPFE.
- Husein, Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip, & Gary Amstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan jilid 1*, PT. Indeks, jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen pemasaran*, jakarta: indeks.
- Kotler, philip. 2007. *Manajemen pemasaran, jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok gramedia.
- Line, king, russel, 2005. *Manajemen pemasaran modern*, jakarta : Erlangga.
- Nitisemito. 2003. *Manajemen personalia*. Jakarta: Graha Indonesia.
- Prasetyo, Bambang dan Mifthakul Jannah. Lina. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*, jakarta: Raja Grafindo Perdana.
- Ralph, 2010. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Randi saputra, jurnal *pengaruh iklan dan citra merek terhadap minat beli konsumen produk merek honda*.
- Said, Abu.Jurnal(2016) “*Pengaruh brand image, word of mouth, dan iklan Terhadap minat menabung di BMT se-kabupaten demak, kodus jawa tengah*”,P-ISSN : 2355 – 0228. Vol. 4. No. 2.
- Salamah. 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Press. Hlm. 78

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian*. Erlangga.

Tjiptono, 2005. *Manajemen pemasaran modern*, jakarta : Erlangga.

Veronika, 2016. “*Pengaruh iklan dan brand image terhadap minat beli konsumen*” skripsi.

Web, [www.sumselbabel.com](http://www.sumselbabel.com), di akses pada tanggal 12 maret 2020. Pada jam 20:28 WIB

Widyatama, 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, jakarta: Erlangga.