

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan pemasaran langsung terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini dilakukan di PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik.

1. Dari hasil pengujian hipotesis pada uji parsial (uji t) variabel periklanan (X_1) belum mampu mempengaruhi loyalitas nasabah (Y).
2. Dari hasil pengujian hipotesis pada uji parsial (uji t) promosi penjualan (X_2) belum mampu mempengaruhi loyalitas nasabah (Y).
3. Dari hasil pengujian hipotesis pada uji parsial (uji t) hubungan masyarakat (X_3) belum mampu mempengaruhi loyalitas nasabah (Y).
4. Dari hasil pengujian hipotesis pada uji parsial (uji t) variabel penjualan personal (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).
5. Dari hasil pengujian hipotesis pada uji parsial (uji t) variabel pemasaran langsung (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).
6. Dari hasil pengujian hipotesis pada uji simultan (uji F) variabel periklanan (X_1), promosi penjualan (X_2), hubungan masyarakat (X_3), penjualan personal (X_4), dan pemasaran langsung (X_5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y)

5.2. Rekomendasi

5.2.1. Perusahaan

Berdasarkan beberapa keterbatasan yang telah diuraikan di atas, disarankan bagi perusahaan agar dapat menjalankan komunikasi pemasaran dengan lebih baik lagi beberapa variabel dalam penelitian ini tidak mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri, berikut saran yang bisa saya berikan :

1. PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik harus menggunakan berbagai media elektronik untuk mengiklankan produk yang dimiliki dan mampu menarik para nasabah baru maupun nasabah lama.
2. PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik lebih kreatif dalam melakukan strategi promosi penjualan dan menambah jumlah insentif agar nasabah tertarik terhadap produk PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik.
3. PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik memberikan harus memiliki program CSR untuk mendapatkan citra yang baik.
4. PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik sudah melakukan penjualan personal dengan baik tetapi PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik harus tetap meningkatkan strategi agar tidak kalah dengan para pesaing.
5. PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik sudah melakukan pemasaran langsung dengan baik tetapi PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik harus tetap mempertahankannya agar para nasabah tetap loyal terhadap perusahaan.

5.2.2. Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan beberapa keterbatasan yang telah diuraikan di atas, disarankan bagi peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian seperti kerelasiaan nasabah, harga kompetitif, dan kualitas pelayanan sebagai interpretasi faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Agar penelitian selanjutnya benar-benar menggambarkan loyalitas nasabah yang menabung di PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti produk tabungan secara keseluruhan.