

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah ditentukan oleh penulis terhadap pengaruh bauran promosi terhadap minat menabung pelajar pada produk simpanan pelajar (SIMPEL) pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis sebagai berikut :

1. Dalam memasarkan produk simpanan pelajar kepada nasabah dari segi periklanan PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang memiliki berbagai jenis periklanan seperti iklan pada media TV, brosur dan internet. Kemudian promosi penjualan yang di dukung oleh penjualan perorangan yang gencar seperti petugas bank yang bersikap sopan dan ramah saat memberikan informasi kepada nasabah dan adanya event event yang menarik.
2. Secara simultan keempat variabel bauran promosi (Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perorangan dan Hubungan Masyarakat) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pelajar pada produk simpanan pelajar (SIMPEL) PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang. Hal ini dapat dilihat melalui hasil uji F dimana sig kurang dari 0,5% dengan nilai sig dari masing-masing variabel 0,000.
3. Dari keempat variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menabung pelajar pada produk simpanan pelajar (SIMPEL) tersebut adalah variabel Periklanan (X1) dan Penjualan Perorangan hal ini dilihat dari hasil koefisien regresi yang nampak senilai koefisien 0,005% yaitu masing-masing senilai .054 dan .000.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka selanjutnya penulis akan menyajikan saran-saran sebagai masukan bagi pihak perbankan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mendukung agar jumlah nasabah produk simpanan pelajar (SIMPEL) yang dapat dicapai dapat lebih tingkatan sebaiknya pihak manajemen perusahaan yang dalam hal ini adalah bagian pemasaran agar memprogramkan lagi strategi pemasaran yang lebih terpadu, misalnya memberikan keunggulan-keunggulan tambahan dari jenis tabungan serta lebih mengencarkan lagi kegiatan promosinya dengan menambah media periklanan melalui media sosial yang ada.
2. Kegiatan periklanan yang dilakukan PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang sudah baik terbukti berdasarkan hasil uji yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini diketahui variabel periklanan memiliki pengaruh yang besar diantara variabel promosi penjualan dan hubungan masyarakat sebesar 1.951. Sebaiknya PT Bank BRI Kantor Cabang Palembang perlu meningkatkan lagi kegiatan periklanan yang dilakukan mulai dari menempatkan spanduk dan bill board ditempat yang strategis, meyiarkan produk PT BRI Kantor Cabang Rivai Palembang ditelevisi, memasang iklan dimedia cetak seperti koran dan majalah, dll. Sebaiknya PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang juga berinovasi dalam periklanan seperti menambah spanduk dengan desain yang lebih menarik dan dipasang di seluruh kota Bandar Lampung sehingga dapat menarik perhatian nasabah serta menggunakan media sosial yang ada.
3. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini diketahui variabel promosi penjualan memiliki pengaruh yang paling kecil diantara variabel lainnya sebesar -0.524. Penerapan promosi penjualan yang dilakukan PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang kurang baik dan tidak terorganisir sehingga PT Bank BRI Kantor Cabang Palembang perlu melakukan promosi penjualan yang lebih baik seperti

melakukan promosi penjualan dengan memberikan peluang beasiswa untuk mahasiswa atau pelajar dengan tujuan mewujudkan budaya menabung sejak dini.