

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Parasahabat Bekasi. Terlihat t_{hitung} (2,950) lebih besar dari t_{tabel} (1,99210) yang berarti kualitas pelayanan mempunyai andil dalam mempengaruhi minat nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Parasahabat Bekasi.
2. Variabel Produk (X_2) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Parasahabat Bekasi. Terlihat t_{hitung} (3,328) lebih besar dari t_{tabel} (1,99210) yang berarti produk mempunyai andil dalam mempengaruhi minat nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Parasahabat Bekasi.
3. Variabel Harga (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Parasahabat Bekasi. Terlihat t_{hitung} (3,074) lebih besar dari t_{tabel} (1,99210) yang berarti harga mempunyai andil dalam mempengaruhi minat nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Parasahabat Bekasi.
4. Variabel kualitas pelayanan, produk, dan harga, bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Parasahabat Bekasi. Terlihat dari kualitas pelayanan, produk, dan harga, mempunyai andil dalam mempengaruhi

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan PT. Bank Perkreditan Rakyat Parasahabat Bekasi, sebagai berikut:

1. Seiring dengan pesatnya laju perkembangan perekonomian disarankan PT. Bank Perkreditan Rakyat Parahabat Bekasi untuk meningkatkan strategi pemasaran produk, karena hal tersebut memiliki andil dalam upaya meningkatkan minat nasabah.
2. Lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan, hal ini dimaksudkan agar dapat lebih memberikan kepuasan bagi pelanggan, yang berarti dapat memberikan loyalitas bagi pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

