

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap variable *Bisnis Wealth Management*, Layanan Prioritas, dan *Cross selling product* Nasabah dengan menggunakan metode regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh variable *Bisnis Wealth Management* (BWM) terhadap *Cross selling product* Nasabah di BNI Kantor Cabang Bekasi secara parsial. Penelitian ini membuktikan peran *Bisnis Wealth Management* sangat penting untuk dapat meningkatkan *Cross Selling* Nasabah, karena dalam *Bisnis Wealth Management* dapat diterapkan metode *Financial Planner* oleh *Relationship Officer* untuk mengelola Portofolio Nasabah, sesuai dengan Profil Resiko dan Produk yang tersedia di BNI.
2. Tidak terdapat pengaruh variable Layanan Prioritas terhadap *Cross selling product* Nasabah di BNI Kantor Cabang Bekasi secara parsial. Dalam Penelitian ini, Responden menilai bahwa Layanan Prioritas yang disediakan oleh BNI sudah dapat dinikmati cukup dengan Kartu BNI Emerald saja, tidak perlu memiliki Produk pendukung lainnya. Hal ini sebaiknya menjadi perhatian untuk dapat disosialisasikan lagi perihal Promosi, Program dan *Previllege* di BNI agar lebih menarik untuk meningkatkan *Cross Selling Product* Nasabah di BNI Kantor Cabang Bekasi.
3. Terdapat pengaruh secara simultan variable *Bisnis Wealth Management* (BWM) dan Layanan Prioritas terhadap *Cross selling product* Nasabah di BNI Kantor Cabang Bekasi, ke tiga Variabel dalam penelitian ini secara bersama-sama saling terkait, karena *Bisnis Wealth Management* terbukti dapat meningkatkan *Cross Selling Product*

Nasabah, namun dengan adanya Layanan Prioritas dengan Program, Promo dan *Prevellege* yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan Nasabah, maka Nasabah BNI Emerald akan menjadi loyal dan menjadikan BNI sebagai Bank utama untuk kebutuhan transaksi Financialnya

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti menyarankan beberapa hal berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk *Bisnis Wealth Management* (BWM) dan Layanan Prioritas terhadap *Cross Selling Product* Nasabah di BNI Kantor Cabang Bekasi, variable yang paling dominan dan besar pengaruhnya terhadap *Cross selling product* Nasabah adalah *Bisnis Wealth Management*. Oleh karena itu perusahaan hendaknya lebih menjaga dan meningkatkan *Bisnis Wealth Management* agar *Cross Selling Product* Nasabah juga bisa lebih meningkat dan menjadikan BNI sebagai Bank utama untuk memenuhi kebutuhan financialnya.

a. *Bisnis Wealth Management* (BWM)

Bisnis Wealth Management (BWM) merupakan variable yang memiliki pengaruh terhadap *Cross Selling Product* Nasabah di BNI Kantor Cabang Bekasi, oleh karena itu senantiasa menjadi fokus BNI khususnya BNI kantor Cabang Bekasi untuk dapat menggali dan mengembangkan produk-produk penunjang *Bisnis Wealth Management*, memperbesar *Market Share* BNI dengan lebih memperkenalkan lagi ke masyarakat Indonesia khususnya Bekasi tentang keberadaan Bank BNI dari mulai produk unggulan, fitur dan kemudahan serta

kepiawaian *Relationship Officer* BNI untuk mengelola *Asset Under Management* nasabah Emerald BNI.

b. Layanan Prioritas

Layanan Prioritas dalam penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Cross Selling Product* Nasabah BNI kantor Cabang Bekasi, hal ini terkait demografis Kota Bekasi yang berada di pinggiran Jakarta, saat ini layanan fasilitas dan *Previllege* lebih banyak terpusat di Jakarta atau kota-kota Besar lainnya di Indonesia. Tidak semua Nasabah BNI Emerald bisa menikmati dan memanfaatkan *Previlleges* dan Promosi yang disediakan oleh Layanan Prioritas BNI. Disarankan kepada Perusahaan untuk dapat memberikan fasilitas *Previllege* dan Promosi dari BNI Emerald secara lebih merata di seluruh Indonesia.

2. Bagi Akademisi

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk terus melakukan penelitian mengenai *Bisnis Wealth Management* (BWM), Layanan Prioritas, dan *Cross Selling Product* Nasabah dengan menggunakan variable-variabel lain sebagai perbandingan menambah referensi ilmu pengetahuan dan juga mengembangkan penelitian tersebut agar dapat bermanfaat bagi perbankan di Indonesia dan masyarakat pengguna jasa perbankan.