

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai pengaruh *brand equity* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tabungan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand equity*, kualitas pelayanan dan keputusan memilih produk tabungan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang masuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan variabel *brand equity* sebesar 4,22, variabel kualitas pelayanan sebesar 4,26, dan variabel keputusan memilih produk tabungan sebesar 4,21.
2. *Brand equity* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang. Hal ini berarti bahwa variabel *brand equity* mempunyai peranan yang penting dalam menunjang keputusan memilih produk tabungan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang.
3. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai peranan yang penting dalam menunjang keputusan memilih produk tabungan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang.

4. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa *brand equity* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari penelitian ini, penulis merasa perlu menuliskan beberapa saran berkenaan dengan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang perlu :
  - a. meningkatkan *brand equity*. diharapkan mempertimbangkan indikator-indikator yang ada dalam variabel *brand equity* seperti kesadaran merek, persepsi kualitas merek, dan loyalitas merek yang bertujuan untuk meningkatkan keputusan memilih produk tabungan sesuai dengan yang perusahaan harapkan.
  - b. meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan dimensi-dimensinya, seperti *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang bertujuan untuk meningkatkan keputusan memilih produk tabungan sesuai dengan yang perusahaan harapkan.
2. Bagi penelitian mendatang, hendaknya instrumen penelitian lebih diperdalam dan dikembangkan lagi, variabel-variabel yang akan diteliti lebih diperbanyak sehingga kemampuan mengukurnya lebih baik.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Objek yang dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya satu instansi yaitu Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang dengan jumlah sampel sebanyak 336 responden. Untuk penelitian selanjutnya objek yang diteliti diharapkan lebih luas agar hasil dari penelitian menjadi lebih baik.
2. Objek yang dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya satu instansi yaitu Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang. Diharapkan penelitian selanjutnya diperluas dengan membandingkan Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang dengan bank syariah atau bank konvensional lain.
3. Responden dalam penelitian ini tidak dibedakan antara umur, jenis kelamin dan pekerjaan, sehingga hasil yang diperoleh tidak bisa dijelaskan secara spesifik bagaimana pengaruh *brand equity* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tabungan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pangkalpinang untuk masing-masing karakteristik tersebut.