

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data yang telah diolah dengan menggunakan teknik analisis faktor, maka faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat unit Kota Timur dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut hasil penelitian ini diperoleh 2 faktor, dimana faktor pertama terdiri dari:

1. Lokasi yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.
2. Promosi yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.
3. Faktor budaya yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia

unit Kota Timur menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.

4. Empathy yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur menunjukkan bahwa faktor empathy berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.
5. Harga yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur menunjukkan bahwa faktor harga berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.
6. Tanggible yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur menunjukkan bahwa faktor tangible berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.
7. Responsvencs yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur menunjukkan bahwa faktor tangible berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen

Selanjut faktor ke 2 yang terdiri dari :

8. Faktor psikologis yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia

unit KotaTimur menunjukkan bahwa faktor psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.

9. Produk yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur menunjukkan bahwa faktor produk berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.
10. Faktor sosial yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.
11. Faktor pribadi yang mana dari hasil analisis secara parsial faktor-faktor perilaku konsumen dalam menabung pada PT Bank Rakyat Indonesia unit Kota Timur menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen.

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan analisis tersebut maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya menggunakan teknik analisis ini untuk mengetahui faktor-faktor yang turut mempengaruhi konsumen dalam memanfaatkan

jasa perbankan terutama pada PT Bank Rakyat Indonesia unit kota timur, karena dengan menggunakan teknik analisis faktor perusahaan akan dapat lebih mengetahui perilaku konsumen atau nasabah itu seperti apa, sehingga perusahaan dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah laba, karena perusahaan dan jasa yang berkualitas yang diberikan merupakan daya tarik konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Selain faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menyangkut perilaku konsumen yang jelas dibahas pada skripsi ini sebaiknya pihak manajemen perusahaan memperhatikan faktor-faktor lain selain faktor yang telah diteliti oleh penulis sehingga diharapkan minat nasabah dalam memanfaatkan jasa perbankan akan lebih meningkat.
3. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebagai referensi pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan atau untuk digunakan sebagai pedoman untuk penelitian selanjut. Dimana untuk penelitian selanjutnya perlu adanya pengembangan variabel-variabel perilaku konsumen yang belum diteliti dan lebih disempurnakan lagi karya ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir.(2014). *Bank dan lembaga lainnya* ,Rajagrafindo persada,Jakarta
- Taswan (Cand),(2008), *Akuntansi Perbankan Transaksi Dalam Valuta Rupiah*
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKP,Yogyakarta
- Sukirno sadono,(2015),*Makroekonomi Teori Pengantar*,PT Rajagrafindo
Persada, jakarta
- luekett g dudley,(1981), *Uang Dan Perbankan*,Erlangga, Jakarta
- mandala dan prathama,(2008),*Pengantar Ilmu Ekonomi*,Fakultas Ekonomi
Universitas Indonesia,Jakarta.
- Dendawijaya,Lukman,(2009),*Manajemen Perbankan*, Ghalia Indonesia,Bogor
- Junaidi,(2015) persepsi masyarakat untuk memilih dan tidak memilih bank
syariah (studi kota palopo),jurnal fokus bisnis,volume.14,nomor 02
- Martono, (2007),*Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*, Ekonisia,Yogyakarta.
- Husein Umar,(2010),*Desain Penelitian Msdm Dan Perilaku Karyawan*,
PT Rajagrafindo Persada,Jakarta.
- Muhammad abdallah,irsyad lubis,(20)analisis minat menabung pada bank
syariah dikalangan siswa sma dikota medan (studi kasus : siswa madrasah
alayah negeri),vol 3,no 7,Jurnal Ekonomi,
- Asna,(2010),Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian
sepedah motor pada mahasiswa ,Volume 6,Nomor 2, Jurnal Ekonomi
Modernisasi

Suprihati dan wikan (2015) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian mobil pribadi dikelurahan gonilan kabupaten sukoharjo), Jurnal Paradigma, Volume 13, Nomor 1. ISSN:1693-0827

Phiip kotter,(2005), *Manajemen Pemasaran*, PT Intan Sejati Klaten, Jawa Tengah

Philip dan amstrong (2008), *Manajemen Pemasaran*, PT Intan Sejati Klaten, Jawa tengah.

Sugiyono,(2013), *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta C.V, Bandung

Riduwan,(2013). *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, CV Alfabeta, Bandung

Ansawi, Masyhuri A, (2009) , *Metodelogi Riset Pemasaran*, Uin-Malik, Malang

Fahmi Irham,(2011), *manajemen teori, kasus, dan solusi*, Alfabeta, Bandung

Anorga Panji,(2011), *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, PTn Rineka Cipta, Jakarta.

Nana dan Achmad,(2015), *Manajemen Strategi Pemasaran*, C.V pustaka Setia, Bandung

John, Michael,(2001), *Perilaku konsumen*, PT Penerbitan Erlangga, Jakarta.

Husein Umar,(2005), *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, jakarta

Hartimbul Ginting f. Nembah,(2011), *Manajemen Pemasaran*, C.V Yrama widya, Bandung

Ety,Ratih,H.Abdul Madjid Latief,(2009),*Metode Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi Spss*,Mitra Wacana Media,Jakarta.

Erwan,Dyah,(2007),*Metode Penelitian Stastistik*,Gava Media,Yogyakarta.

Ritawati,sri,dan muryani,(2001),analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian air minum mineral dikotamadya surabaya,jurnal penelitian Dinamika sosial, Volume.2,Nomor.3.

Ramlan Isa,2002,Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pada Pegadaian Perum Gorontalo selatan,Manado

Ansawi,Masyhuri A, 2009 ,*Metodelogi Riset Pemasaran*,Uin-Malik,Malang

Peter Paul J.,Olson jerry C.,2000,Consumer Behavior perilaku konsumen dan starategi pemasaran,Erlangga,Jakarta.

Supriyono maryanto,2011,Buku pintar perbankan,C.V Andi Offeset, yogyakarta

Engel,James Dan Kawan-Kawan, 1994, perilaku konsumen, Binarupa aksara ,Jakarta.

Sarunow dan sunyoto, ,2014,pengantar ilmu ekonomi mikro,CAPS (center for academic publishing service),yogyakarta.

Rukman,amir,2010,

Zeithaml valarie, dan Marry Jo Berry ,2006, Service Makerting, McGraw-Hit Internastional Edition