BAB V

PENUTUP

i. Kesimpulan

Berdasarkan adanya penelitian yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Mutu Pelayanan Terhadap Keputusan Masayarakat Untuk Menjadi Nasabah pada Bank Kalsel KCPS Paringin” ini , maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Komunikasi Pemasaran dan mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Kalsel Syariah KCPS Paringin secara pasrsial atau individu.
2. Komunikasi pemasaran dan mutu pelayanan berpengaruh secara serempak terhadap terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Kalsel Syariah KCPS Paringin.

ii. Saran

Adapun saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada Bank Kalsel KCPS Paringin agar tetap mempertahankan dan secara terus menerus meningkatkan kinerjanya, agar nasabah yang sudah menjadi nasabah tetap terus menggunakan perbankan ini dari tahun ketahun. Secara dapat diketahui bahwa penjualan pribadi merupakan variabel yang paling dominan dalam

mempengaruhi keputusan nasabah untuk menjadi nasabah sehingga diharapkan Bank Kalsel Syariah lebih memperhatikan penjualan pribadi yang mereka lakukan kepada nasabah.

2. Diharapkan kepada Bank Kalsel KCPS Paringin agar lebih meningkatkan faktor-faktor lain selain komunikasi pemasaran dan mutu pelayanan diluar dari yang peneliti lakukan agar jumlah nasabah yang ada bisa lebih meningkat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, di harapkan lebih memperluas penelitian sehingga mendapatkan penelitian yang lebih baik dan lebih akurat. Penelitian ini juga dapat di jadikan referensi atau acuan atau contoh untuk peneliti selanjutnya.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambahkan variabel independen dengan penggunaan indikator lain. Karena pada penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independen dan 1 variabel dependen.