

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh *Brand Image* terhadap minat menjadi nasabah Bank Kalsel KCPS Q Mall Banjarbaru maka semua Variabel *Brand Image* terdiri dari kesadaran nama merek ( $X_1$ ), kesan kualitas ( $X_2$ ), dan asosiasi merek ( $X_3$ ), secara simultan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Kalsel KCPS Q Mall Banjarbaru. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F di mana nilai  $F_{hitung}$  sebesar 16,160 dengan taraf signifikan sebesar 0,000 lebih besar nilai  $F_{tabel}$  dan nilai R square sebesar 0,348 menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel bebas yang meliputi kesadaran nama merek ( $X_1$ ), kesan kualitas ( $X_2$ ), dan asosiasi merek ( $X_3$ ), mempengaruhi variabel terikat minat menjadi nasabah Bank Kalsel KCPS Q Mall Banjarbaru (Y) yaitu sebesar 34,80% Sementara sisanya disebabkan oleh variabel lain dari luar variabel penelitian yang dilakukan sebesar 65,20%
2. Berdasarkan hasil analisis terhadap tiga variabel bebas yang meliputi kesadaran nama merek ( $X_1$ ), kesan kualitas ( $X_2$ ), dan asosiasi merek ( $X_3$ ), ternyata yang berpengaruh secara parsial adalah kesadaran nama merek ( $X_1$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,057, dan asosiasi merek ( $X_3$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,003, terhadap minat menjadi nasabah Bank Kalsel KCPS Q Mall Banjarbaru. Hal ini dapat dilihat dari signifikan kurang dari 0,05.

## **B. Saran-saran**

1. Melihat dari hasil analisis yang menyebutkan bahwa variabel kesadaran nama merek ( $X_1$ ), kesan kualitas ( $X_2$ ), dan asosiasi merek ( $X_3$ ), berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Kalsel KCPS Q Mall Banjarbaru (Y). Maka diharapkan kepada pihak Bank Kalsel KCPS Q Mall Banjarbaru dapat memberikan perhatian lebih terhadap variabel-variabel di atas. Dan telah didapat bahwa faktor kesan kualitas adalah faktor yang tidak mempengaruhi secara parsial untuk menjadi nasabah Bank Kalsel KCPS Q Mall Banjarbaru, maka disarankan bagi Bank Kalsel KCPS Q Mall Banjarbaru agar memberikan pelayanan yang ekstra kepada nasabah baik dari segi kerahaman pegawai, kebersihan ruangan, dan keamanan memakai jasa bank tersebut serta pelayanan-pelayanan lainnya sehingga memunculkan kesan kualitas dibenak nasabah tersebut.
2. Bagi penelitian selanjutnya semoga bisa menjadi pertimbangan apabila menggunakan model yang sama dengan penelitian ini, dengan agar mempertimbangkan variabel yang memengaruhi minat. Jika perlu penelitian selanjutnya menambah jumlah kuesioner yang disebarkan atau data yang didapat lebih banyak untuk diteliti sehingga memungkinkan memberikan kesimpulan hasil yang lebih baik.