

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil Uji F (simultan) menyatakan bahwa variabel citra merek (X_1) dan *word of mouth* (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap proses pengambilan keputusan (Y) nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin.
2. Berdasarkan hasil Uji T (parsial) menyatakan bahwa variabel citra merek (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap proses pengambilan keputusan (Y). Sedangkan variabel *word of mouth* (X_2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap proses pengambilan keputusan (Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh citra merek, dan *word of mouth* terhadap proses pengambilan keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin maka penulis memberikan saran kepada pihak terkait untuk dapat mempertahankan atau lebih meningkatkan lagi citra merek, seperti memberikan penjelasan mengenai keunggulan produk Bank Syariah Indonesia dibandingkan bank lain, menjelaskan keuntungan yang diperoleh nasabah, serta memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah agar menimbulkan citra yang baik di masyarakat.

Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan salah satu tambahan referensi mengenai keputusan nasabah bagi peneliti maupun peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat topik penelitian sejenis. Selain itu, bagi para akademisi yang ingin meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan nasabah, peneliti menyarankan untuk memperluas faktor-faktor yang akan diteliti dan instrumen penelitian yang akan digunakan untuk penelitian selanjutnya agar hasil yang diperoleh menjadi lebih akurat dan lebih baik. Kemudian kepada peneliti selanjutnya agar bisa meneliti variabel-variabel lainnya yang mempunyai pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan nasabah.