

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh *cross selling customer service* terhadap penjualan produk deposito (studi pada BRISyariah KCP. Banjarbaru), maka semua variabel dalam *cross selling* yang terdiri lima variabel yaitu *opening* (X1), *investigating* (X2), *demonstrating capability* (X3), *obtaining commitment* (X4), dan *closing* (X5) berpengaruh secara simultan terhadap penjualan produk deposito (Y) pada BRISyariah KCP. Banjarbaru. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4,450 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  yaitu 2,74 menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel bebas yang meliputi *opening* (X1), *investigating* (X2), *demonstrating capability* (X3), *obtaining commitment* (X4), dan *closing* (X5) mempengaruhi variabel terikat yaitu penjualan produk deposito (Y).
2. Berdasarkan hasil analisis terhadap lima variabel bebas yang meliputi *opening* (X1), *investigating* (X2), *demonstrating capability* (X3), *obtaining commitment* (X4), dan *closing* (X5) ternyata yang berpengaruh secara parsial adalah variabel *closing* (X5) dan *opening* (X1) terhadap penjualan produk deposito pada BRISyariah KCP. Banjarbaru. Variabel yang paling kuat adalah variabel *closing* (X5). Hal ini dapat dilihat dari hasil terendah *significance* sebesar 0,003.

## B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan, yaitu sebagai berikut:

1. Melihat dari analisis yang menyebutkan bahwa variabel *opening* (X1), *investigating* (X2), *demonstrating capability* (X3), *obtaining commitment* (X4), dan *closing* (X5) berpengaruh terhadap penjualan produk deposito (Y) maka diharapkan kepada BRISyariah KCP. Banjarbaru agar dapat memberikan perhatian lebih terhadap variabel-variabel yang telah terbukti berpengaruh, karena di dalam penelitian ini semua sub variabel dari variabel X yaitu *cross selling customer service* berpengaruh terhadap penjualan produk deposito.
2. Bagi peneliti berikutnya yang masih melihat bahwa penelitian ini masih terdapat kekurangan sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai penjualan produk deposito. Selain itu juga dapat mengambil objek yang berbeda maupun dengan meneliti variabel lain yang mungkin mempengaruhi penjualan produk deposito.