

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. *Sales Promotion* berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada produk simpel ib BSI KC Ahmad Yani Cilegon.
2. *Word of Mouth* berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada produk simpel ib BSI KC Ahmad Yani Cilegon.
3. *Sales Promotion* dan *Word of Mouth* saling berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah pada produk simpel ib BSI KC Ahmad Yani Cilegon.

B. Saran

Hasil dan pembahasan penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat menghasilkan saran atau masukan mengenai penelitian kedepannya kelak. Saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga BSI KC Ahmad Yani Cilegon

Disarankan untuk perusahaan tetap memperluas dan mempertahankan produk tabungan simpel ib atau simpanan pelajar islamic banking ini, dikarenakan produk tabungan ini merupakan produk yang menguntungkan dan dapat memberikan dampak positif bagi anak-anak disekolah agar giat menabung. Serta tingkatkan kembali teknik marketing salah satunya menggunakan *sales promotion* dan *word of mouth* seperti yang telah dilakukan dengan baik.

2. Bagi Peneliti

- a. Fokus penelitian ini hanya terdapat pada 3 variabel saja yaitu, variabel independen diantaranya yaitu *sales promotion* (X1) dan *word of mouth* (X2), serta variabel dependen yaitu minat menabung nasabah (Y). Diharapkan untuk penelitian kedepannya gunakan lebih banyak teknik pemasaran yang lainnya, dikarenakan akan menghasilkan sebuah hasil gambaran penelitian yang lebih baik dan meluas pemahamannya mengenai masalah yang akan diteliti.

- b. Diharapkan bagi peneliti, pada penelitian selanjutnya diharapkan penggunaan jumlah sampel dari populasi yang digunakan lebih banyak lagi, dikarenakan semakin banyak jumlah sampel yang akan digunakan maka akan semakin akurat hasil yang akan didapatkan.