

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *direct* dan *indirect marketing* terhadap minat menjadi nasabah BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik, yaitu :

1. Terdapat perbedaan yang signifikan antara minat nasabah yang dipengaruhi oleh pemasaran langsung (*direct marketing*) dan pemasaran tidak langsung (*indirect marketing*). Hal ini diperoleh dari t hitung sebesar 2,206 lebih besar dari t tabel yang bernilai 1,984. Dan juga dibuktikan dengan analisis perbandingan taraf signifikan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,030 lebih kecil dari 0,05 karena lebih kecil dari 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan antara *direct marketing* dan *indirect marketing* untuk mempengaruhi minat menjadi nasabah BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.
2. Pemasaran langsung (*direct marketing*) lebih berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik dibandingkan dengan pemasaran tidak langsung (*indirect marketing*). Hasil ini diperoleh dari perbedaan rata-rata 22,4898 untuk nasabah yang dipengaruhi oleh *direct marketing* dan 21,3469 untuk minat nasabah yang dipengaruhi *indirect marketing*, selisih diantara keduanya yakni 1,14286.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh hasil studi yang lebih baik, maka perlu dilakukan uji lagi tentang faktor-faktor pemasaran yang bisa mempengaruhi minat nasabah dalam menabung atau melakukan pembiayaan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya untuk bidang yang sama.
3. Citra perusahaan, pemasaran yang semakin baik, dan kualitas pelayanan perlu dipertahankan dan ditingkatkan supaya semakin menumbuhkan minat nasabah baik menabung atau melakukan pembiayaan.