

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Variabel bebas strategi promosi memiliki pengaruh terhadap peningkatan nasabah ketika diuji t menghasilkan nilai t hitung $6.163 > 1.66277$ t table dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel Strategi promosi dan Peningkatan nasabah di Bank Mandiri Parepare.

5.2 Saran

Dilihat dari hasil penelitian ini mengenai Strategi promosi terhadap Peningkatan nasabah. Maka sebagai saran untuk pihak perbankan (Mandiri Parepare) sebelum melakukan strategi promosi diberi pemahaman lebih agar nasabah mengetahui strategi promosi dan perbedaan Bank konvensional dengan Bank Syariah.

Dengan memberikan pemahaman lebih kepada calon nasabah akan memberi nilai plus sehingga peningkatan nasabah di Bank Mandiri meningkat.

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan bisa lebih baik dari penelitian yang penulis lakukan serta lebih menambah beberapa variabel atau hal-hal lain yang lebih berkaitan agar kedepannya muncul penelitian-penelitian yang memiliki manfaat yang baik bagi semua kalangan.