

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Bertolak dari paparan hasil beserta pembahasan, simpulan yang ditarik ialah:

1. Produk menyentuh pilihan nasabah Bank Mandiri Taspen KCP Medan Iskandar Muda secara positif dan berarti. Hal ini terbaca dari angka statistik *t-hitung* sebesar 3,768 yang melampaui *t-tabel* 1,664 sehingga $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Selain itu, angka keberartian *t-hitung* variabel produk 0,001 memperlihatkan angka keberartian $t\text{-hitung} < 0,05$.
2. Promosi menyentuh pilihan nasabah Bank Mandiri Taspen KCP Medan Iskandar Muda secara positif dan berarti. Hal ini terbaca dari angka statistik *t-hitung* sebesar 2,777 yang melampaui *t-tabel* 1,664 sehingga $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Di samping itu, angka keberartian *t-hitung* variabel promosi 0,007 memperlihatkan angka keberartian $t\text{-hitung} < 0,05$.
3. Lokasi menyentuh pilihan nasabah Bank Mandiri Taspen KCP Medan Iskandar Muda secara positif dan berarti. Hal ini terbaca dari angka statistik *t-hitung* sebesar 2,405 yang melampaui *t-tabel* 1,664 sehingga $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Di samping itu, angka keberartian *t-hitung* variabel lokasi 0,019 memperlihatkan angka keberartian $t\text{-hitung} < 0,05$.
4. Di Bank Mandiri Taspen KCP Medan Iskandar Muda, produk, promosi, dan lokasi secara serentak menyentuh pilihan konsumen secara positif sekaligus berarti. Hal itu dibuktikan hasil uji F dengan angka keberartian $0,001 < 0,05$. Pilihan konsumen secara bersamaan disentuh faktor produk, promosi, dan lokasi dengan bobot 68,4% menurut koefisien determinasi R sebesar 0,684, sementara 31,6% sisanya ditentukan faktor lain di luar telaah ini.

6.2 Saran

Berpijak pada rangkuman simpulan sekaligus keterbatasan kajian ini, berikut sejumlah anjuran yang diajukan:

1. Bank Mandiri Taspen KCP Medan Iskandar Muda dianjurkan menjaga produk yang telah dikenal luas masyarakat, sembari terus memperkaya ragam tabungan, kredit, dan investasi yang berdaya saing serta memberi pemahaman perihal keunggulan produk yang ditawarkan.
2. Bank Mandiri Taspen KCP Medan Iskandar Muda dianjurkan menggencarkan promosi lewat media yang sesuai dengan ciri nasabahnya, sekaligus mengukuhkan pendekatan langsung melalui edukasi keuangan, seminar pensiunan, serta kegiatan sosial guna menambah pemahaman nasabah.
3. Bank Mandiri Taspen KCP Medan Iskandar Muda dianjurkan menjamin kemudahan menjangkau kantor cabang, baik lewat angkutan umum maupun kendaraan pribadi. Selain itu, bank sebaiknya menimbang penyediaan layanan perbankan bergerak (mobile) demi merengkuh nasabah di luar wilayah perkotaan.
4. Kajian ini terbatas dalam menerangkan faktor-faktor lain di luar produk, promosi, dan lokasi yang turut mewarnai pilihan nasabah. Penelitian lanjutan diharapkan memperluas cakupan telaah, semisal aspek pelayanan, teknologi perbankan, serta rasa percaya nasabah, supaya memperoleh hasil yang lebih menyeluruh.