

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh promosi *Personal Selling*, *Direct Marketing*, dan edukasi terhadap minat nasabah pada produk produk di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Giri Mulyo Wonogiri Unit Pelayanan Pracimantoro dengan sampel 85 orang nasabah. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 5.1.1 *Personal Selling* berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah pada produk di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Giri Mulyo Wonogiri Unit Pelayanan Pracimantoro secara individual.
- 5.1.2 *Direct Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah pada produk di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Giri Mulyo Wonogiri Unit Pelayanan Pracimantoro secara individual.
- 5.1.3 Edukasi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah produk di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Giri Mulyo Wonogiri Unit Pelayanan Pracimantoro secara tidak individual.
- 5.1.4 Berdasarkan hasil uji F, F hitung sebesar 8,472 dengan tingkat signifikansi 0,000 berarti variabel *Personal Selling*, *Direct Marketing* dan edukasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan secara statistik terhadap minat nasabah.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Seperti penelitian pada umumnya penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan. Keterbatasan penelitian ini peneliti jabarkan sebagai berikut.

- 5.2.1 Variabel independen terbatas pada 3 variabel *Personal Selling*, *direct marketing* dan edukasi. Harapannya peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lainnya dalam meneliti minat nasabah pada produk di Koperasi Simpan Pinjam Giri Mulyo Unit Pelayanan Pracimantoro.
- 5.2.2 Jumlah sampel terbatas sebanyak 85 responden. Harapan untuk penelitian selanjutnya dapat mengambil sampel yang lebih luas, misalkan sampel dapat diambil dari beberapa tempat yang relevan untuk diteliti.

## 5.3 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

### 5.3.1 Bagi Koperasi Simpan Pinjam Unit Pelayanan Pracimantoro

Koperasi Simpan Pinjam Unit Pelayanan Pracimantoro untuk lebih memperhatikan lagi dalam melakukan aktivitas pemasaran suatu produk dan berhubungan dengan masyarakat sekitarnya. Khususnya pada aktivitas *Personal Selling* dan *Direct Marketing* karena lebih dominan signifikan dan perlu dipertahankan, selain itu Koperasi Simpan Pinjam Unit Pelayanan

Pracimantoro juga harus memperbaiki variabel-variabel yang belum signifikan yaitu edukasi terhadap nasabah. Sehingga informasi yang disampaikan tentang produk lebih tepat dan dapat memberikan peningkatan minat bagi nasabah untuk menggunakan produk dari koperasi.

### 5.3.2 Bagi Akademisi

Sebagai tambahan informasi bagi para akademisi, bahwa tidak hanya variabel *Personal Selling*, *Direct Marketing* dan edukasi yang mempengaruhi minat nasabah. Dengan demikian hal tersebut dapat dijadikan bahan informasi tambahan untuk dikaji lebih lanjut, apakah juga berlaku untuk koperasi lainnya.

### 5.3.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya dapat diperluas lagi variabel-variabel yang mempengaruhi minat nasabah. Selain itu juga dapat menggunakan variabel-variabel yang lebih banyak dan variatif dari penelitian ini. Selain itu, Peneliti ini hanya mengambil responden 85 nasabah Koperasi Simpan Pinjam Unit Pelayanan Pracimantoro saja. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat mengambil responden lebih banyak lagi.