

## BAB V

### SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan uraian yang telah penulis sajikan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut :

1. Pada uji Hipotesis 1 yaitu sumber daya konsumen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih bank, berdasarkan uji-t untuk variabel sumber daya konsumen dalam penelitian ini, hipotesis pertama tidak didukung. Hasil penelitian ini, sumber daya konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank.
2. Pada uji Hipotesis 2 yaitu motivasi dan keterlibatan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih bank, maka berdasarkan uji-t untuk variabel motivasi dan keterlibatan dalam penelitian ini hipotesis kedua didukung. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka motivasi dan keterlibatan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank.
3. Pada uji Hipotesis 3 yaitu pengetahuan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih bank, maka berdasarkan uji-t untuk variabel pengetahuan dalam penelitian ini alternatif hipotesis ketiga tidak didukung. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank.

4. Pada uji Hipotesis 4 yaitu sikap mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih bank, maka berdasarkan uji-t untuk variabel sikap dalam penelitian ini alternatif hipotesis keempat didukung. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka sikap berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank.
5. Pada uji Hipotesis 5 yaitu perbedaan individu dalam perilaku tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih bank, maka berdasarkan uji-t untuk variabel perbedaan individu dalam perilaku dalam penelitian ini alternatif hipotesis kelima tidak didukung. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka perbedaan individu dalam perilaku tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank.
6. Pada uji Hipotesis 6 yaitu sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap dan perbedaan individu dalam perilaku secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih bank, maka berdasarkan uji Anova atau F-test dalam penelitian ini hipotesis alternatif keenam didukung. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap dan perbedaan individu dalam perilaku secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa.

## **B. Keterbatasan**

1. Dalam penelitian ini dimungkinkan bahwa tanggapan responden dalam memberikan jawaban pada kuesioner yang penulis berikan, sembarangan atau asal-asalan dan tidak jujur sehingga jawaban tersebut tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenar-benarnya atas diri responden.
2. Ruang lingkup penelitian masih terbatas pada mahasiswa Jurusan Akuntansi yang terdaftar pada semester genap tahun ajaran 2005/2006 di Universitas Widya Mandala Madiun.

## **C. Saran**

1. Berbagai penelitian serupa dimasa mendatang hendaknya dapat memperluas ruang lingkup penelitian, tidak hanya pada mahasiswa Jurusan Akuntansi yang terdaftar pada semester genap tahun ajaran 2005/2006 di Universitas Widya Mandala Madiun.
2. Teknik atau metode wawancara hendaknya digunakan untuk mengetahui kesungguhan responden dalam merespon atau menjawab setiap item pertanyaan yang diajukan.
3. Dalam penelitian mendatang diharapkan menambahkan beberapa item variabel atau pertanyaan atas berbagai faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih bank.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arsyad, Lincolin. 1997. *Peramalan Bisnis*. Yogyakarta : BPFE.
- Djarwanto, P.S dan Pangestu Subagyo. 1996. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Engel, J.F, R.D. Blackwell, dan P.W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Alih bahasa F.X. Budiyanoto. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hadi, Sutrisno. 1986. *Metodologi Research*. Jilid 1. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Kasmir, 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. 1998. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jilid 2. Alih bahasa Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Mangkunegara, A.A.A.P. 1988. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Eresco.
- Mac Iver, C dan G. Naylor. 1987. *Pemasaran Jasa-jasa Keuangan*. Alih bahasa A. Hasymi Ali. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Moenir, H. A. S. 1995. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Santoso Singgih. 2002. *SPSS Versi 10.0*. Jakarta PT. Elex Komputindo.
- Sumarni, M. 1996. *Marketing Perbankan*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. dan T. H. Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Triani, Enny. 2000. *Pengaruh Faktor-faktor Internal terhadap Keputusan Pemilihan Bank*. Universitas Brawijaya, Malang.