

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk (X_1), lokasi (X_2), promosi (X_3), dan pelayanan (X_4) terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai (Y). Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, kemudian analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis secara parsial pada masing-masing variabel independen yaitu produk, lokasi, promosi, dan pelayanan terhadap variabel dependen yakni keputusan nasabah menabung, maka kesimpulan dapat dijabarkan di bawah ini;
 - a. Berdasarkan analisis secara parsial pada variabel produk dapat diketahui bahwa produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung = 3,434 lebih besar dari t tabel = 1,985 dan nilai signifikansi = 0,001 lebih kecil dari 0,05.
 - b. Berdasarkan analisis secara parsial pada variabel lokasi dapat diketahui bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung = 0,903 lebih

- kecil dari t tabel = 1,985 dan nilai signifikansi = 0,369 lebih besar dari 0,05.
- c. Berdasarkan analisis secara parsial pada variabel promosi dapat diketahui bahwa promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung = 1,904 lebih kecil dari t tabel = 1,985 dan nilai signifikansi = 0,060 lebih besar dari 0,05.
- d. Berdasarkan analisis secara parsial pada variabel pelayanan dapat diketahui bahwa pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung = 2,478 lebih besar dari t tabel = 1,985 dan nilai signifikansi = 0,015 lebih kecil dari 0,05.
2. Berdasarkan analisis secara simultan pada semua variabel independen yaitu produk, lokasi, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung dapat diketahui bahwa nilai $\text{sig} < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,005$ dan F hitung $> F$ tabel diketahui sebesar $11,691 > 2,466$. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa secara keseluruhan (simultan) variabel produk, lokasi, promosi, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai.

B. Saran-saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mengemukakan temuan dan kekurangan sebagai saran dan perbaikan kemudian hari sebagai berikut:

1. Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai diharapkan dapat meningkatkan promosi kepada orang tua murid yang sering melakukan transaksi pembayaran SPP namun belum menjadi nasabah Bank Muamalat.
2. Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai diharapkan lebih membangun lagi komunikasi dan sosialisasi terhadap produk-produk yang mengalami inovasi dan perubahan baru untuk meningkatkan keputusan nasabah menabung dan mempertahankan loyalitas nasabah lama.
3. Walaupun Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai terletak di wilayah Kabupaten Hulu Sungai Tengah yang menjadi pusat ekonomi Banua Anam yang bisa dikatakan strategis dan menjadi satu-satunya Bank Muamalat di wilayah Banua Anam. Namun itu bisa menjadi resiko karena jauhnya jarak untuk nasabah yang berada di luar wilayah. Jadi diharapkan Bank Muamalat bisa memberikan pelayanan lebih untuk meningkatkan loyalitas nasabah luar daerah.
4. Bagi penulis masih banyak kekurangan dalam penelitian ini yang lebih mendalam seperti ada faktor atau variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai.