

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan produk terhadap minat menabung pada BSI menggunakan analisis data regresi linear berganda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji regresi dengan Uji F (Simultan), diperoleh hasil pengujian sebagai berikut : Secara simultan pada variabel promosi, kualitas pelayanan dan produk berpengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap minat menabung. Dengan demikian, maka H_0 ditolak, sehingga secara simultan diperoleh hasil terdapat pengaruh variabel promosi, kualitas pelayanan, dan produk terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Muara Teweh.
- 2) Berdasarkan hasil uji regresi dengan Uji T (Parsial), diperoleh hasil pengujian sebagai berikut: Secara parsial menunjukkan bahwa terdapat ketiga variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, yaitu promosi, kualitas pelayanan, dan produk. Data untuk variabel promosi, menunjukkan bahwa $T_{hitung} 6,572 > T_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Untuk variabel $T_{hitung} 19,372 > T_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Selanjutnya pada variabel produk $T_{hitung} 7,563 > T_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga ketiga variabel tersebut menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang diberikan penulis yaitu teruntuk para masyarakat atau calon nasabah karena promosi, kualitas pelayanan, dan produk memberikan pengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). Maka promosi, kualitas pelayanan, dan produk tabungan

mengenai BSI harus terus dipertahankan dan tingkatkan. Hal ini dapat dilakukan dengan silaturahmi atau bekerja sama dengan BSI ataupun mengadakan sosialisasi langsung terhadap masyarakat dan orang sekitar.