BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengetahuan nasabah di PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari berada pada kategori pada kategori sangat baik yaitu sebanyak 36 orang (36.00%), yang mana hasil tabulasi angket sebesar 5660 dengan nilai rata-rata 56,6 dari 20 item yang diisi oleh 100 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari tergolong sangat baik sebagaimana yang terlihat pada jawaban mayoritas yang diberikan oleh responden yang berada pada interval 81-100.
2. Motivasi menabung di PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari berada pada kategori baik yaitu sebanyak 48 orang (48.00%), yang mana hasil tabulasi angket sebesar 4755 dengan nilai rata-rata 47,6 dari 18 item yang diisi oleh 100 responden. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari berada pada kategori baik sebagaimana yang terlihat pada jawaban mayoritas yang diberikan oleh responden yang berada pada interval 61-80.
3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung di PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari,

yang dibuktikan dengan r_{hitung} 0,67 lebih besar dari pada r_{tabel} 0,195. Nilai *Korelasi Product Moment* berada pada kategori kuat karena interprestasi menunjukkan adanya korelasi yang di antara 0,60–0,79. Besarnya hubungan pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari sebesar 44,89%, dan 55,11% selebihnya disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Uji signifikansi diproleh t_{hitung} 8,81 > t_{tabel} 1,658. Hal ini berarti bahwa H_i diterima dan H_o ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hubungan pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari sebesar 8,81 adalah signifikan. Pada uji parsial diketahui bahwa tingkat hubungan X_1 pengetahuan atribut produk sebesar 0.556 dengan motivasi menabung berada pada kategori sedang. Tingkat hubungan X_2 pengetahuan manfaat produk sebesar 0.698 dengan motivasi menabung berada pada kategori kuat. Sedangkan Tingkat hubungan X_3 pengetahuan nilai kepuasan produk sebesar 0.659 dengan motivasi menabung berada pada kategori kuat. Dengan demikian indikator pengetahuan manafaat produk lebih berhubungan dengan motivasi menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari dari pada indikator X_1 pengetahuan atribut produk dan X_3 pengetahuan nilai kepuasan produk

B. Saran

1. Kepala PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari agar tetap memberikan peluang dan pengetahuan kepada nasabah dalam upaya meningkatkan motivasi menabung.

2. Pihak PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari agar senantiasa memberikan motivasi kepada nasabah untuk selalu berusaha menjadi yang terbaik dengan memperlihatkan tingkat pengetahuan nasabah.
3. Lembaga yang berwenang dengan adanya pengetahuan nasabah agar terus memberi perhatian secara kontinue terhadap pembinaan agar motivasi menabung lebih meningkat.
4. Hendaknya skripsi ini dapat dijadikan pedoman atau acuan dalam pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung agar penerapannya nanti dapat berjalan dengan baik lagi.
5. Bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian terkait dengan hubungan pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung agar dapat menjadikan skripsi ini sebagai reverensi dalam penelitiannya.