BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh lokasi, pelayanan dan kualitas produk terhadap minat nasabah untuk menabung Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabnag Kendari, maka dapat di Tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Uji Simultan

   Berdasarkan tabel 1.10 secara simultan diperoleh nilai F-hitung yaitu sebesar 135.779 atau dengan tingkat signifikan F sebesar 0,000 < pada α = 0,05 maka terima H1 tolak H0 atau dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas secara bersama-sama (*simultaneously*) baik itu lokasi, pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabungpada Bank Muamalat Kendari.

2. Uji persial

   a. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung pada PT Bnak Muamalat Tbk Cabang Kendari. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolah data dan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu -169<1,664 yang berarti bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya bahwa semakin baiknya penempatan lokasi bank Muamalat Cabang Kendari justu akan memberikan dampak

terhadap menurunnya minat nasabah untuk menabung pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.

b. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadaap minat nasabah untuk menabung pada PT Bank Muamalat Tbk Cabng Kendari. Hal ini dapat dilhat dari pengolahan data $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 3,376>1,664 yang berarti bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya bahwa semakin baiknya pelayanan yang di berikan Bank Muamalat Cabang Kendari akan memberikan dampak terhadap meningkatnya minat nasabah untuk menabung pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.

c. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Hal ini dapat dilihat dari pengolahan data $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 6,243 >1,664 yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya bahwa semakin baiknya kualitas produk yang di berikan Bank Muamalat Cabang Kendari akan memberikan dampak terhadap meningkatnya minat nasabah untuk menabung pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi secara tertulis melalui kuisioner sehingga kemungkinan responden tidak jujur dalam mengisinya

2. Variable independen penelitian ini hanya tiga variabl saja yaitu varibael lokasi (X_1), variabel pelayanan (X_2), variabel kualitas produk (X_3). Sehingga kemungkinan masih terdapat variabel- variabel independen lain, sealin variabel yang diteliti yang kemungkinan memberikan pengaruh terhadap minat menabung pada PT Bnak Muamalat Tbc Cabang Kendari.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan minat nasabah untuk menabung pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendai.

1. Bagi perusahaan PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari berdasarkan hasil penelitian kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dominan mempengaruhi minat nasabah untuk menabung pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Dalam hal ini Bank Muamalat perlu mempertahankan kualitas produk untuk menarik minat nasabah menabung pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas populasi dan sampel dan peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini dengan cara melibatkan variabel-variabel lain yang kemungkinan besar akan mempengaruhi minat nasabah untuk menabung pada PT Bank Muamalat Tbk Cabnag Kendarii.

DAFTAR PUSTAKA

Anton M, Moeliono, dkk, 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

Drmadi Durianno, 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*,Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *kamus Besar Indonesia*, (Jakarta Balai Pustaka, 1994), ed2

Dita Pertiwi, *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran* (Jurnal Ekonomi dan Keuangan, (Desember 2017)

Fandy Tjiptono, *Pemasarn Jasa*, Bayumedia Publising. Malang, 2007

Hadeli, 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*, Quantum Teaching, Ciputat

Hurriyati Ratih, 2010. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta

http://Globallavebookx.blogspot.Com/2015/04/*Pengertian–Nasabah-Menurut-Ahli*.. diakses 29 Mei 2017 puku 12:00.

Inah Ety Nur, 2006. *Statistik Pendidikan*, NKendari: Istana Profesional.

Kamsir SE.,MM. 2014. *Pemasaran bank. Kencana* . ed 1, cet 2

Kotler dan Amstrong,*Prinsip-Prinsip Pemasaran*,(Jakarta :Erlangga ,2001)

Kuncoro Mudrajad,2011. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Jakarta: Graha Ilmu

Lupiyadi Rambat, 2003. *Manajemen Pemasaran Berbasis Kompetensi*, Jakarta:Salemba Empat

Muhammad, 2002 .*Kebijakan Fiskal dan Moneter dalam Ekonomi Islam*, Jakrta :Salemba Empat

Nasution Andi Hakim, 2002. *Panduan Berpikir Penelitian Secara Ilmiah Bagi Remaja*, Jakarta: PT. Grafindo