## **BAB VI**

#### **PENUTUP**

## A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah diolah mengenai Pengaruh *Marketing Mix*Layanan *Electronic Banking* terhadap Minat Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dapat ditarik
kesimpulan sebagai berikut:

- 1. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel *product, physical evidence* dan *process* berpengaruh terhadap Minat Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Hal ini dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari nilai signifikasi yang telah ditentukan dan nilai t-statistik diatas nilai yang telah ditentukan. Variabel *price, place, promotion, people* dan *customer service* tidak berpengaruh terhadap Minat Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Hal ini dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan dan nilai t-statistik kurang dari nilai yang telah ditentukan.
- 2. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel *process* merupakan variabel yang paling dominan dibandingkan dengan variabel lain, hal ini dikarenakan nilai *p-value* paling kecil dibanding dengan variabel lain.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini.

## 1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan refrensi serta dokumentasi bagi pihak kampus, sebagai acuan dan bahan pertimbangan. Pihak kampus memberikan edukasi yang lebih mengenai penggunaan layanan *e-banking*. Fakultas ekonomi dan bisnis Islam terdapat jurusan perbankan syari'ah maka lebih baik jika edukasi penggunaan layanan *e-banking* tersebut merupakan layanan-layanan *e-banking* perbankan syariah.

# 2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Penelitian ini, dapat membantu peneliti berikutnya yang ingin mendalami materi yang serupa dengan perbandingan, ataupun pandangan yang berbeda dari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat. Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya yang mendalami materi *marketing mix*, agar menambahkan beberapa variabel-variabel yang terbaru, seperti dega 9P, 15P maupun 21P, serta apabila menggunakan aplikasi PLS diharapkan menggunakan aplikasi *SmartPLS* dengan versi yang terbaru yaitu 3.2.8 yang baru saja dirilis di tahun 2018.