

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, bauran promosi, dan pengetahuan konsumen terhadap kinerja pemasaran pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus dan menarik promosi yang dilakukan pihak perusahaan maka minat nasabah untuk memilih Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri khususnya untuk menabung akan meningkat.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal tersebut menunjukkan bahwa pihak Bank dapat memberikan motivasi dengan baik kepada nasabah misalnya dengan menjelaskan manfaat masing-masing secara baik dan jelas sehingga bisa dipahami dengan mudah oleh nasabah,

Maka hal tersebut akan meningkatkan minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila kualitas produk terus ditingkatkan maka jumlah nasabah menabung akan meningkat pula karena sudah percaya dengan kualitas produk yang bagus dari Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat diketahui bahwa secara simultan promosi, motivasi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Hal ini berarti bahwa ketiga variabel memberikan kontribusi pengaruh terhadap minat nasabah menabung pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Akademik

Analisis ini merupakan temuan pertama yang dilakukan oleh peneliti dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung. Hendaknya temuan ini dijadikan referensi dan sumber keilmuan bagi pihak akademik. Karena dalam dunia perbankan semua variabel yang

diangkat dalam penelitian ini menjadi penting untuk dipraktikkan terkhusus untuk pengembangan perbankan syariah kedepannya.

2. Bagi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan saran, pemikiran dan informasi untuk merencanakan strategi yang tepat dengan fokus pada promosi, motivasi dan kualitas produk yang dilakukan secara berkelanjutan dan melakukan pengendalian pemasaran secara periodik dan berkelanjutan. Selain itu hendaknya pihak Bank harus mempertahankan kualitas produk yang sudah baik, serta hendaknya pihak Bank lebih giat dalam melakukan promosi akan produknya melalui media-media yang ada seperti media cetak, elektronik dan sebagainya supaya calon nasabah lebih mengenal, menyukai, berubah sikap dan akhirnya yakin untuk menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian yang akan datang diharapkan untuk menggunakan variabel selain variabel promosi, motivasi dan kualitas produk saja atau boleh tetap menggunakannya akan tetapi harus ditambahkan variabel lainnya karena masih banyak variabel lain yang juga berpengaruh. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan faktor lain yang belum dipakai dalam penelitian ini agar penelitian semakin berkembang.