

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan masalah yang berkaitan dengan pengaruh *word of mouth promotion* dan *service excellent* terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung, maka diperoleh kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis data, dapat diperoleh bahwa secara parsial *word of mouth promotion* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Semakin tinggi *word of mouth promosi* (promosi dari mulut ke mulut), maka semakin tinggi tingkat keputusan nasabah memilih produk tabungan. Dan begitu sebaliknya, semakin rendah *word of mouth promotion* maka semakin rendah pula tingkat keputusan nasabah memilih produk tabungan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
2. Berdasarkan hasil analisis data, dapat diperoleh bahwa secara parsial *service excellent* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Semakin tinggi *service excellent* (pelayanan prima), maka semakin tinggi tingkat keputusan nasabah memilih produk tabungan. Dan begitu sebaliknya, semakin rendah *service*

excellent maka semakin rendah pula tingkat keputusan nasabah memilih produk tabungan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

3. Berdasarkan hasil analisis data, dapat diperoleh bahwa secara simultan *word of mouth promotion* dan *service excellent* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas hasil penelitian ini. Maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Perbankan Syariah mengenai tentang *word of mouth promotion* (promosi dari mulut ke mulut) dan *service excellent* (pelayanan prima) terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan, dan bermanfaat sebagai tambahan sumbangan teori dan bahan rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dalam mengambil keputusan guna meningkatkan keputusan nasabah memilih produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk penelitian selanjutnya sebagai menambah wawasan terkait dengan *word of mouth promotion* dan *service excellent* terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan dan peneliti selanjutnya diharapkan juga melakukan penelitian lebih lanjut yang spesifik dengan menambah beberapa faktor lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan pada bank syariah.