

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui penyebaran kuisioner dan pengolahan data hasil kuisioner mengenai pengaruh reputasi, keramahan dan kualitas produk terhadap minat anggota untuk menabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Reputasi

Reputasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat anggota untuk menabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek.

2. Keramahan

Keramahan berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat anggota untuk menabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek.

3. Kualitas Produk

Kualitas Produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat anggota untuk menabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek.

4. Reputasi, Keramahan Dan Kualitas Produk

Reputasi, Keramahan Dan Kualitas Produk secara simultan atau bersama sama berpengaruh signifikan terhadap minat anggota

untuk menabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek.

5. Perbandingan minat menabung pada KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek.

KSPPS BMT Peta Trenggalek lebih unggul dalam meningkatkan minat anggota untuk menabung daripada Kopsyah BMT Berkah Trenggalek.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk diperhatikan.

1. Bagi KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek

Pada KSPPS BMT Peta Trenggalek, untuk meningkatkan minat anggota untuk menabung harus mempertahankan variabel kualitas produk terlebih dulu berdasarkan pada uji T di bab 4 memiliki nilai *coefficients* yang paling besar diantara yang lainnya, kemudian mempertahankan variabel reputasi selanjutnya variabel keramahan.

Pada Kopsyah BMT Berkah Trenggalek untuk meningkatkan minat anggota untuk menabung harus mempertahankan variabel reputasi terlebih dulu berdasarkan pada uji T di bab 4 memiliki nilai *coefficients* yang paling besar diantara yang lainnya, kemudian

mempertahankan variabel keramahan, selanjutnya variabel kualitas produk.

2. Bagi Akademis IAIN Tulungagung

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan bahan referensi atau rujukan yang mengenai reputasi, keramahan dan kualitas produk terhadap minat anggota untuk menabung anggota. Khususnya untuk pengembangan jurusan Perbankan Syariah dan tambahan pustaka di perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai sumber rujukan bagi peneliti selanjutnya. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian atau bisa menambahkan variabel lain yang belum dipakai dalam penelitian ini. Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel kepercayaan dan promosi untuk meningkatkan minat menabung anggota.