

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang, hasil penelitian dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi memberikan pengaruh yang besar terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah*. Hal ini menunjukkan semakin baik promosi yang dilakukan, maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Promosi dinilai baik dilihat dari media promosi yang digunakan sangat informatif, baiknya kemampuan karyawan dalam mempengaruhi nasabah untuk membeli produk, serta karyawan memiliki kemampuan dalam menjelaskan produk dengan baik.
2. Citra perusahaan memberikan pengaruh yang besar terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah*. Hal ini menunjukkan semakin baik citra perusahaan yang dimiliki, maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Citra perusahaan dinilai baik dilihat berdasarkan *personality* yang dapat dipercaya, bertanggungjawab, reputasi yang baik dari sisi

perusahaan maupun karyawan, memiliki nilai yang baik serta memiliki *corporate identity* yang menarik dan mudah diingat.

3. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang besar terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah*. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan yang dimiliki, maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Kualitas pelayanan ini dilihat dari karyawan yang dapat mengatasi permasalahan dengan baik, karyawan yang dapat menjamin keamanan dalam bertransaksi dengan nasabah, serta karyawan yang peduli terhadap pengaduan nasabah mengenai kebutuhan informasi.
4. Promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah*. Hal ini berarti apabila promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan semakin baik, maka minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri juga semakin tinggi. Variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang paling tinggi sehingga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik.

B. Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada pihak akademik, pihak lembaga PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri, dan untuk peneliti selanjutnya. Maka penulis menyampaikan saran saran:

1. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau bahan pertimbangan bagi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri dalam menentukan promosi, meningkatkan citra perusahaan dan juga kualitas pelayanan yang lebih positif. Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan bahwa promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah*, sehingga PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri dapat mengoptimalkannya agar dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* itu sendiri.

2. Bagi akademik

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dalam rangka mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah di IAIN Tulungagung.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil responden PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri saja. Peneliti

selanjutnya sebaiknya dapat mengambil responden dari nasabah bank syariah lainnya dengan jumlah populasi yang lebih beragam. Untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel variabel yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah*. Selain itu juga dapat menggunakan variabel variabel lain yang lebih variatif dari penelitian.