BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1. Faktor produk tidak memberikan berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, akan tetapi pengaruh hubungan antara dua variabel tersebut bersifat positif, artinya semakin baik produk yang ditawarkan BMT Pahlawan kepada nasabah, maka akan meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung namun sifatnya secara bertahap tidak secara langsung. Hal ini bisa saja terjadi karena nasabah belum terlalu mengenal semua jenis produk yang ditawarkan BMT dari segi keunggulan maupun keuntungannya.
- 2. Faktor harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, artinya semakin baik penetapan harga yang dilakukan oleh BMT Pahlawan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung
- 3. Faktor lokasi memberikan pengaruh yang signfikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, artinya semakin strategis lokasi BMT Pahlawan Tulungagung maka akan meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung. Hal ini didukung oleh letak BMT Pahlawan yang

berdekatan dengan pasar Ngemplak, sehingga mayoritas nasabah penabung di BMT Pahlawan berprofesi sebagai pedagang di pasar Ngemplak, sehingga apabila nasabah menginginkan untuk menarik atau menyimpan dananya untuk transaksi jual beli di pasar sewaktu-waktu dapat dilakukan dengan cepat dan mudah.

- 4. Faktor promosi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Tidak berpengaruhnya faktor promosi terhadap keputusan nasabah menabung bisa dikarenakan responden yang kurang tahu mengenai promosi yang dilakukan oleh BMT Pahlawan, pengetahuan responden mengenai promosi yang dilakukan oleh BMT Pahlawan hanya sebatas pemberian brosur, personal selling dan informasi dari pihak kerabat atau teman responden saja, mereka belum mengetahui mengenai adanya website ataupun iklan di media massa yang menawarkan produk BMT Pahlawan.
- 5. Faktor pengetahuan nasabah mengenai produk tabungan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, artinya apabila produk BMT makin dikenal nasabah, maka keinginan mereka untuk menggunakan produk tersebut juga akan bertambah, begitupun dari segi keuntungan maupun kemudahan yang ada pada produk-produk simpanan BMT Pahlawan diketahui dengan jelas maka akan memicu nasabah untuk menggunakan produk tersebut.
- 6. Pengujian secara simultan variabel produk, harga, lokasi, promosi, dan pengetahuan produk tabungan memberikan pengaruhnya secara

bersama-sama terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini membuktikan, apabila peningkatan marketing mix dan pengetahuan produk secara terus menerus dan bersamaan akan memberikan pengaruh yang sangat postif kepada nasabah.

B. Saran

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

1. Bagi Lembaga BMT

Dengan diperolehnya hasil bahwa faktor produk dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, maka hendaknya dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas produk dan promosi, agar dapat menambah keputusan nasabah untuk menabung, dan menggunakan produk lainnya. Dan dengan diperolehnya hasil bahwa faktor harga, lokasi, dan pengetahuan produk tabungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, diharapkan BMT Pahlawan diharapkan dapat mempertahankan faktor tersebut agar dapat menambah jumlah nasabah.

2. Bagi Akademik

Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada.

3. Bagi Peneliti Mendatang

Variabel *marketing mix* dalam penelitian ini mengacu pada teori marketing mix yang dikemukakan oleh Philip Kotler yakni: produk, harga, lokasi dan promosi sedangkan menurut teori Boom dan Bitner variabel marketing mix ada 7 yaitu: *People, Phsiycal Evidence* (bukti fisik), *Process.* Oleh karenanya, untuk penelitian mendatang, diharapkan untuk melengkapi sesuai dengan teori yang ada atau ditambah dengan variabel baru dengan teori yang lain yang mendukung. Hal ini dimaksudkan agar penelitian mengenai keputusan nasabah semakin beragam dan dapat memberikan kontribusi yang besar bagi lembaga keuangan dan peneliti.