BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh sosialisasi, persepsi dan citra lembaga terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis sosialisasi secara positif dan signifikan terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Berdasarkan hasil statistik SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi berpengaruh terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Hal ini membuktikan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh BMT Pahlawan Tulungagung melalui brosur, radio, pengajian, santunan dan website terhadap motivasi menabung berpengaruh terhadap BMT Pahlawan Tulungagung. Sosialisasi sebagai pendorong nasabah untuk menabung. Semakin tinggi sosialisasi maka motivasi menabung di BMT Pahlawan semakin besar. Semakin banyak informasi yang diperoleh nasabah tentang BMT Pahlawan Tulungagung akan mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel sosialisasi terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung.
2. Hasil pengujian hipotesis persepsi secara positif dan signifikan terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Berdasarkan hasil

statistik SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi berpengaruh terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Hal ini membuktikan bahwa persepsi yang dilakukan oleh BMT Pahlawan Tulungagung melalui lokasi, bangunan, pelayanan, bagi hasil, dan reputasi terhadap motivasi menabung berpengaruh terhadap BMT Pahlawan Tulungagung. Persepsi sebagai pendorong nasabah untuk menabung. Semakin tinggi persepsi maka motivasi menabung di BMT Pahlawan semakin besar. Semakin banyak informasi yang diperoleh nasabah tentang BMT Pahlawan Tulungagung akan mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel persepsi terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung.

3. Hasil pengujian hipotesis citra lembaga secara positif dan signifikan terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Berdasarkan hasil statistik SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel citra lembaga berpengaruh terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Hal ini membuktikan bahwa citra lembaga yang dilakukan oleh BMT Pahlawan Tulungagung melalui keuangan, bekerja sama, lapangan kerja, produk dan teknologi online terhadap motivasi menabung berpengaruh terhadap BMT Pahlawan Tulungagung. Citra lembaga sebagai pendorong nasabah untuk menabung. Semakin tinggi citra lembaga maka motivasi menabung di BMT Pahlawan semakin besar. Semakin banyak informasi yang diperoleh nasabah tentang BMT

Pahlawan Tulungagung akan mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel citra lembaga terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung.

4. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa sosialisasi, persepsi dan citra lembaga secara bersama-sama berpengaruh terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Variabel sosialisasi, persepsi, dan citra lembaga sebagai pendorong nasabah untuk menabung. Semakin tinggi variabel sosialisasi, persepsi dan citra lembaga maka motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung semakin besar. Semakin banyak informasi yang diperoleh nasabah tentang BMT Pahlawan Tulungagung akan mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel sosialisasi, persepsi dan citra lembaga terhadap motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung.

B. Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi akademik

Untuk bisa dijadikan salah satu referensi dan sumber informasi tentang sosialisasi, persepsi dan citra lembaga serta motivasi menabung.

2. Bagi lembaga

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bertambahnya sosialisasi dari pihak BMT Pahlawan Tulungagung kepada masyarakat sekitar terkait produk-produk yang dimiliki. Dimana dengan diadakannya sosialisasi tersebut akan memberi perubahan yang lebih positif lagi terhadap persepsi masyarakat Tulungagung terhadap BMT Pahlawan dengan demikian juga akan membawa dampak positif pada citra lembaga BMT Pahlawan Tulungagung.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Dalam penelitian ini tentu saja masih mengalami banyak sekali kekurangan, karena adanya keterbatasan dari peneliti, sehingga peneliti berikutnya diharapkan perlu menjelaskan secara lebih lengkap dengan menambah teori yang mendukung.