

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir sebesar seratus responden nasabah Tabungan Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya pengumpulan data yang menggunakan kuisioner. Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan regresi linier berganda melalui program SPSS 21.0 dan dibantu dengan Microsoft Excel 2010 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Semakin baik kualitas layanan dari Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya tidak selalu berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya.
2. Semakin tinggi kepercayaan yang diberikan oleh Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya kepada Nasabah berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya.
3. Semakin baik promosi yang dilakukan oleh Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya tidak selalu menurunkan minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya.
4. Semakin baik kualitas layanan, tingginya kepercayaan dan promosi yang baik dan terus menerus dari Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya

berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya.

## **1.2 Keterbatasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kesulitan memperoleh responden di lokasi bank karena tidak mendapatkan ijin survey sehingga perlu dilakukan survey ke lokasi lain diantaranya perguruan tinggi (mahasiswa) yang mendapatkan responden sesuai kriteria.
2. Berdasarkan keterbatasan pada no 1 di atas menyebabkan dalam memperoleh responden tidak dapat membuktikan secara langsung terhadap item pernyataan  $X_{1,2}$  yaitu (petugas Bank CIMB Niaga Syariah ramah dan cakap dalam melayani) dan peneliti tidak memasukkan kriteria intensitas nasabah datang bertransaksi ke Bank CIMB Niaga Syariah pada kuesioner.

## **1.3 Saran**

Adapun saran yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank CIMB Niaga Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, masih ada beberapa responden yang menyatakan ragu-ragu bahwa promosi Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya masih kurang menarik minat untuk menabung, oleh karena itu sebaiknya Bank CIMB Niaga Syariah terus melakukan perbaikan pada promosi khususnya pada produk-produk tabungan agar pesan-pesan yang akan disampaikan oleh perusahaan mampu

tersampaikan dengan baik kepada calon nasabah ataupun nasabah yang sudah menabung pada Bank CIMB Niaga Syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya jika akan meneliti dengan objek yang sama dengan penelitian ini, maka perlu memperhitungkan juga variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat seperti variabel tingkat suku bunga, aksesibilitas atau citra perusahaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iramani. 2012. *Modul Statistika 2*. Surabaya: STIE Perbanas
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Ciracas Erlangga : Erlangga
- Nosica, Rizkala dan Leis Suzanawaty. 2012. “*The Effect Of Store Image And Service Quality On Private Label Brand Image And Purchase Intention.*” *Asean Marketing Journal*. Desember 2012. Vol.IV. No.2
- Philip Kotler, Gary Amstrong .2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid Ke 1*. Jakarta : Erlangga
- Sekaran, Uma .2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba empat.
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. 2014. *Buku Pedoman Penulisan Dan Penilaian SKRIPSI Tahun Akademik 2014/2015*. Surabaya. STIE Perbanas
- Sofjan Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Tatik Suryani, 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tri, Astuti dan Indah Mustikawati. 2013. “*Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*”. *Jurnal Nominal*. Vol.2. No.1
- Website (Online) [http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/539/jbptunikompp-gdl-lannyulyia\\_26908-6-unikom\\_1-i.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/539/jbptunikompp-gdl-lannyulyia_26908-6-unikom_1-i.pdf), diakses pada 15 september 2014 pukul 14.20
- Website (Online) [http://eprints.walisongo.ac.id/904/4/082411100\\_bab3.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/904/4/082411100_bab3.pdf), diakses pada 15 Oktober 2014 pukul 17.00
- Website (Online) <http://tesisdisertasi.blogspot.com/> diakses pada tanggal 9 Oktober 2014 pukul 19.28

Website CIMB Niaga Syariah (Online) <http://www.cimbsyariah.co.id/kategori-produk/tabungan> diakses pada tanggal 26 September 2014 pukul 13.02

Website Top Brand Award (Online) <http://www.topbrand-award.com/>, diakses pada 20 september 2014 pukul 19.45

Yohana, Neysa Setyawan dan Edwin Japrianto. 2014 *“Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya”*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol.2. No.1