

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil keputusan yang diuraikan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung. Artinya, jika produk semakin baik, maka keputusan menabung semakin meningkat.
2. Kualitas Layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Menabung. Artinya, masih kurangnya penampilan teller, kenyamanan, ketepatan waktu dalam melakukan transaksi sehingga keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Syariah masih kurang. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari MRI dan majalah infobank edisi Mei yang menyatakan bahwa masih kurangnya performa teller sehingga berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Syariah.
3. Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menabung pada BRI Syariah di Surabaya.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini. Keterbatasan tersebut antara lain :

1. Keterbatasan yang ada pada penelitian ini adalah sulitnya mencari responden yang bersedia mengisi kuesioner untuk melengkapi penelitian ini.
2. Menentukan responden yang sesuai dengan kriteria.

### 5.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu maupun penelitian yang dilakukan saat ini, memunculkan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan baik bagi perusahaan maupun peneliti berikutnya. Adapun saran yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Bagi BRI Syariah Surabaya
  - a. Pada variabel Kualitas Produk indikator X1.4 dengan pernyataan “ Produk tabungan BRI Syariah memiliki desain yang menarik” mempunyai nilai mean terendah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan BRI Syariah masih kurang baik. Oleh karena itu, disarankan bagi BRI Syariah untuk memperbaiki kualitas produk sesuai yang dibutuhkan oleh nasabah atau masyarakat yang ada diluar sehingga nasabah dapat lebih tertarik untuk menggunakan produk tabungan syariah meskipun hanya melihat dari desainnya saja.
  - b. Pada variabel Kualitas Layanan indikator X2.4 dengan pernyataan “Bank BRI Syariah memberikan pelayanan tanpa kesalahan” mempunyai nilai mean terendah yaitu 3.98. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan khususnya pada performa teller maupun pada Customer Service kurang teliti dalam melaksanakan tugasnyasehingga

nasabah merasa kurang puas terhadap pelayanan mengenai pelayanan di BRI Syariah. Oleh karena itu, disarankan bagi BRI Syariah agar lebih memperhatikan kualitas layanan terutama pada item pernyataan mengenai “Bank BRI Syariah memberikan pelayanan pada nasabahnya tanpa kesalahan”. Karena kualitas layanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Untuk mendapatkan informasi yang lebih bervariasi dari responden yang beragam, sebaiknya peneliti selanjutnya menambahkan pertanyaan terbuka untuk di isi oleh responden sehingga hasil yang diperoleh peneliti semakin kuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assofin-Crif-Eurisko, 2009 Osservatorio Sulle Carte de Credito. Numero 7 – September, Milano.
- Dedy Trisnadi ; Ngadino Surip. 2013. “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga”. *Jurnal Mix*. Vol 6 (3) pp. 356 – 368.
- Ghozali, Ahmad, 2007 Analisis Keputusan Nasabah Menabung, Studi Bank Syariah, Malang Arif, M.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : CV. Alfabeta
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran..* jakarta. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip, dan Kevin Lan Keller. 2007. *Marketing Management*. Edisi 12. Jilid 2. Diterjemahkan oleh Benjamin Molan. Jakarta. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Ian Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan G. Armstrong. 2011. *Marketing An Introduction*. Global Edition. Penerbit Pearson
- Kotler, Philip, dan Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kristanto, Paulus. 2011. *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta
- Muhammad Dwi Ari Susanto; Handoyo Djoko Waluyo; Sari Listorini. 2011. “Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT BINNA UMAT SEJAHTERA KEC. LASEM”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Mowen, John C, dan Michael Minor. 2002. “Perilaku Konsumen”. Edisi kelima. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat

- Rosadi Ruslan. 2010. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Rajawali: Jakarta
- Setiadi, Nugroho J. 2003. "Perilaku Konsumen". Jakarta. Penerbit PT Prenada Media
- Swastha, Basu. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang : Penerbit Bayu Media Publishing
- Van Voorhis, Carmen R. Wilson and Besty L. Morgan. 2007. Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Size. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*. Vol. 3. Pp 43-50