

BAB V PENTUP

A. Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, produk, dan promosi terhadap minat menjadi nasabah pada BMT A Hikmah Semesta Cabang Purwodadi 1. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Variabel lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah BMT Al Hikmah Semesta Cabang Purwodadi 1. Dalam hal ini dapat dibuktikan melalui hasil dari uji t bahwa jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka variabel bebas (X1) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dimana dalam penelitian ini menunjukkan $t\text{-hitung}$ sebesar $3,362 > t\text{-tabel}$ 1,988 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Yang artinya lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, sehingga H1 menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.
2. Variabel produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah BMT Al Hikmah Semesta Cabang Purwodadi 1. Dalam uji yang dilakukan peneliti menyatakan melalui hasil uji t bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ variabel bebas (X2) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dimana dalam penelitian ini menunjukkan $t\text{-hitung}$ sebesar $3,743 > t\text{-tabel}$ sebesar 1,988 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang artinya produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, sehingga H2 menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.
3. Variabel promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah BMT Al Hikmah Semesta Cabang Purwodadi 1. Dalam uji yang dilakukan peneliti menyatakan melalui hasil uji t bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka variabel bebas (X3) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dimana dalam penelitian ini nilai $t\text{-hitung}$ sebesar $4,839 > t\text{-tabel}$ 1,988 dengan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Yang artinya promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, sehingga H3 menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dan juga kesimpulan yang telah dilakukan oleh peneliti semoga memberikan manfaat kepada semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Berikut ini saran-saran untuk pihak yang berkaitan dengan penelitian ini :

1. Bagi BMT Al Hikmah Semesta Cabang Purwodadi 1

Menurut hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa lokasi, produk, dan promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di BMT Al Hikmah cabang Purwodadi 1. Oleh karena itu dapat diharapkan perusahaan bisa mempertahankan dan meningkatkan serta mengembangkan fasilitas yang berhubungan dengan aspek lokasi, produk dan promosi yang ada di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Cabang Purwodadi 1.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah respondennya agar lebih akurat lagi dan menggunakan metode statistik lainnya, dengan menambahkan dan menemukan variabel / faktor lain yang lebih menarik dan dapat menjelaskan fenomena keputusan menjadi nasabah dengan lebih komprehensif.