

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan bukti-bukti empiris yang diperoleh maka disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus, berdasarkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,234 > 1,98580$), sehingga indikator yang menggambarkan kualitas layanan terbukti berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus.
2. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus, berdasarkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,228 > 1,98580$), sehingga indikator yang menggambarkan kualitas produk terbukti berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus.
3. Terdapat pengaruh *relationship marketing* terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus, berdasarkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,749 > 1,98580$), sehingga indikator yang menggambarkan *relationship marketing* terbukti berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada BTH Amanah Kudus.

B. Saran

Peneliti memberikan saran untuk penelitian mendatang, antara lain:

1. Penambahan variabel penelitian yang juga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk misalnya promosi, kepercayaan dan lainnya.
2. Penggunaan metode survei melalui kuesioner hendaknya diikuti dengan wawancara langsung untuk menghasilkan data yang lebih akurat.
3. Penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas populasi penelitian. Populasi penelitian tidak hanya diambil dari satu lembaga, mungkin bisa dikembangkan pada perusahaan lain yang cakupannya lebih besar.