

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan

1. Kepercayaan nasabah terhadap BMT BUS Lasem dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah terhadap BMT BUS Lasem meningkat seiring dengan tingkat literasi keuangan mereka.
2. Promosi tidak berdampak positif terhadap kepercayaan nasabah BMT BUS Lasem. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap BMT BUS Lasem menurun dengan promosi BMT BUS Lasem yang lebih baik.
3. Kepercayaan nasabah terhadap BMT BUS Lasem dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas produk. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan klien terhadap BMT BUS Lasem meningkat berbanding lurus dengan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan.
4. Minat menabung di BMT BUS Lasem dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepercayaan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa minat konsumen untuk menabung uang di BMT BUS Lasem meningkat seiring dengan meningkatnya kepercayaan nasabah.
5. Minat menabung di BMT BUS Lasem dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan Islam. Temuan ini menunjukkan bahwa minat nasabah untuk menabung di BMT BUS Lasem meningkat seiring dengan tingkat literasi keuangan mereka.
6. Promosi secara signifikan dan positif mempengaruhi minat menabung di BMT BUS Lasem. Temuan ini menunjukkan bahwa minat nasabah untuk menabung di BMT BUS Lasem meningkat seiring dengan kualitas promosi yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.
7. Di BMT BUS Lasem, kualitas produk memiliki pengaruh yang menguntungkan dan signifikan terhadap minat berhemat. Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah lebih tertarik untuk menabung di BMT BUS Lasem ketika kualitas produk yang ditawarkan perusahaan lebih tinggi.
8. Melalui kepercayaan nasabah, literasi keuangan syariah memberikan dampak yang menguntungkan dan cukup besar

terhadap minat menabung di BMT BUS Lasem. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh minat menabung pada BMT BUS Lasem meningkat seiring dengan tingkat literasi dan kepercayaan keuangan nasabah.

9. Promosi tidak berdampak nyata pada minat menabung di BMT BUS Lasem. Temuan ini menunjukkan bahwa minat untuk melakukan deposit di BMT BUS Lasem tidak dipengaruhi oleh rendahnya tingkat promosi yang tinggi yang dipertahankan oleh kepercayaan nasabah.
10. Melalui kepercayaan nasabah, kualitas produk memberikan pengaruh yang menguntungkan dan cukup besar terhadap minat menabung di BMT BUS Lasem. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan tingkat kepercayaan nasabah berdampak pada seberapa besar minat mereka untuk menabung di BMT BUS Lasem.

B. Saran

Maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya
Pada penelitian ini hanya meneliti pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, kualitas produk, dan kepercayaan nasabah. Masih banyak factor yang dapat mempengaruhi minat menabung di BMT BUS Lasem. Misalnya: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, lingkungan sosial, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menyempurnakan penelitian ini.
2. Untuk pihak KSPPS BMT BUS Lasem.
Dalam memberi informasi kepada calon anggota atau anggota diharapkan menggunakan kalimat yang mudah dipahami karena tidak sedikit masyarakat yang ingin menabung di BMT namun takut karena tidak mempunyai ilmu. Perlunya memperhatikan promosi untuk menarik minat masyarakat umum, memperhatikan kualitas produk untuk kenyamanan anggota dan calon anggota.