

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh *Religiusitas*, Atribut Produk Islam, Bauran Promosi, dan Minat Menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara, maka dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. *Religiusitas* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,225 dengan tingkat signifikansi  $t$  sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05.
2. Atribut Produk Islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara. Hal ini ditunjukkan dengan besar koefisien regresi sebesar 0,201 dengan tingkat signifikansi  $t$  sebesar 0,30 lebih kecil dari 0,05.
3. Bauran Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi sebesar 0,385 dengan tingkat signifikansi  $t$  sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

#### B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi BMT
  - a. *Religiusitas* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di BMT, oleh karena itu perlu ditingkatkan pengenalan

tentang karakteristik paham Fiqih yang dianut masyarakat yang beragam

- b. Melakukan riset minat menabung lebih lanjut, karena masih ada faktor-faktor lain yang belum dapat dijelaskan dalam penelitian ini seperti harga, tempat, pelayanan, dan sebagainya.
  - c. Promosi memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap minat menabung, oleh karena itu perlu dijaga dan ditingkatkan agar keberlangsungannya dapat meningkatkan minat menabung nasabah sehingga tercipta loyalitas.
2. Bagi akademisi
- a. Bagi pihak yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain *Religiusitas*, Atribut Produk Islam, dan Bauran Promosi. Karena dari penelitian ini diketahui 70.1 % masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat menabung.
  - b. Untuk memperkuat hasil penelitian serupa dianjurkan menambah sampel dan menjelaskan proses pengisian kuesioner dan mendampingi responden ketika mengisi kuesioner tersebut.

### C. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian, meliputi:

1. Kurangnya variabel penelitian yang dimasukkan dalam model, sehingga memiliki kontribusi penelitian yang kurang luas.
2. Penelitian selanjutnya perlu di wilayah lain.
3. Dengan keterbatasan dalam penelitian ini, penulis berharap agar dilakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan model penelitian ini pada nasabah perbankan syariah karena banyak hal yang dapat digali seputar variabel yang diteliti sehingga akan memberikan masukan sekaligus manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan demi perkembangan sektor perbankan syariah.