

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan dan atribut produk terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito. Responden dalam penelitian ini berjumlah 98 masyarakat di desa Mlatinorowito. Setelah peneliti melakukan olah data diteruskan dengan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito yang dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel promosi terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito. nilai t_{hitung} sebesar 5,081 lebih besar dari t_{tabel} 1,98 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauziah Septiani tentang “Pengaruh Promosi dan Produk Terhadap Minat Beli (Pada PT. Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta)” menunjukkan bahwa promosi dan produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.
2. Pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito yang dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat pada masyarakat Desa Mlatinorowito. Nilai t_{hitung} sebesar 6,474 lebih besar dari t_{tabel} 1,98 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Siti Chotifah tentang “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah

melalui Progam Office Channeling” menunjukkan bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

3. Atribut Produk berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito yang dibuktikan hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel atribut produk terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito. Nilai t_{hitung} sebesar 2,571 lebih besar dari t_{tabel} 1,98 dengan nilai signifikansi 0,012 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha= 5\%$). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Roni Andespa tentang “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah” menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah.

B Keterbatasan penelitian

Peneliti memiliki beberapa keterbatasan dalam pembuatan penelitian skripsi ini, antara lain:

1. Keterbatasan literatur yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, baik berupa buku maupun jurnal-jurnal penelitian sebelumnya.
2. Keterbatasan yang berkaitan dengan sampel yang hanya 98 responden, sehingga peneliti kurang maksimal dalam penyebaran kuesioner.
3. Keterbatasan waktu dan ruang dikarenakan pandemi covid-19 yang sedang melanda. pandemi tersebut mengambat jalanya penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan menjadi kurang maksimal.

C Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, pembahasan dan kesimpulan, maka penulis memberikan masukan atau saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini:

1. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih dalam luas mengenai permasalahan minat

menabung, dan hendaknya variabel yang digunakan ditambah lagi dimungkinkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini yang juga memiliki pengaruh terhadap minat menabung masyarakat di desa Mlatinorowito misalnya kualitas pelayanan dan lainnya.

2. Bagi pihak BMT atau Koperasi Syariah berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis kepada pihak BMT atau Koperasi Syariah bisa untuk mencapai peningkatan minat menabung, maka perlu meningkatkan promosi, pengetahuan dan atribut produk sehingga dengan adanya peningkatan tersebut masyarakat bisa lebih rajin menabung dan promosi yang seharusnya lebih sering dilakukan baik itu secara *personal selling*, *advertising* maupun pemasaran langsung.

D. Penutup

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adanya kekhilafan dan kekurangan menyadarkan penulis sebagai manusia yang tidak sempurna akan ketidaksempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi untuk perbaikan didalam penelitian yang akan datang. Sebagai akhir kata, terbayang harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis sendiri di masa yang akan datang. Amin ya Robbal 'alamin.