

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan kepada nasabah simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk maka peneliti dapat menarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis pada penelitian ini. Maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat 340 responden, kemudian sebanyak 74,7% atau 254 responden menyatakan bahwa produk simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk memperoleh kategori baik.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat 340 responden. Kemudian sebanyak 67,9% atau 231 responden menyatakan promosi simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk memperoleh kategori menarik.
3. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dari 340 responden ada 73,2% atau 249 responden menyatakan bahwa keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk memperoleh kategori tinggi.
4. Berdasarkan hasil uji korelasi diketahui nilai *pearson* sebesar 0,675 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk mempunyai hubungan kuat dengan variabel keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo

Nganjuk. Kemudian diketahui bahwa t_{hitung} pada variabel produk sebesar 7,899. Dari hasil tersebut maka disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,899 > 1,968$ maka H_{a1} diterima dengan nilai signifikansi pada variabel produk sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_{o1} ditolak. Yang berarti bahwa variabel produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk.

5. Berdasarkan hasil uji korelasi diketahui nilai *pearson* sebesar 0,727 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel promosi mempunyai hubungan kuat dengan variabel keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk. Kemudian diketahui bahwa t_{hitung} pada variabel promosi dengan nilai t_{hitung} sebesar 11,965. Maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11,965 > 1,968$ berarti H_{a2} diterima dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti H_{o2} ditolak. Yang berarti bahwa variabel promosi secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk.

6. Dalam perhitungan diketahui nilai *F Change* sebesar $0,000 < 0,05$. hasil dari uji menggunakan SPSS 22 menunjukkan nilai R korelasi sebesar 0,786. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel produk dan promosi secara bersama-sama mempunyai hubungan yang kuat terhadap variabel keputusan memilih simpanan mudharabah di BMT Beringharjo Nganjuk. Dari hasil yang diperoleh pada uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi $Y = 20,658 + 0,366 X_1 + 0,495 X_2$. Pada uji F

diperoleh $F_{hitung} 273,081 > F_{tabel} 3,04$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka diperoleh hasil bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Yang berarti, pada penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel produk dan promosi terhadap keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk telah terbukti dan dapat diterima. Hasil uji determinasi nilai *R square* yaitu 0,618 yang berarti variabel produk dan promosi mempunyai pengaruh sebesar 61,8% terhadap variabel keputusan memilih simpanan mudharabah di BMT Beringharjo Nganjuk. Sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini yaitu lokasi dan harga.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini maka saran atau masukan yang disampaikan peneliti berupa masukan agar dijadikan untuk pembenahan pada perusahaan maupun kepada penelian selanjutnya, yaitu:

1. Bagi BMT Beringharjo Nganjuk

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada BMT Beringharjo Nganjuk bahwa produk dan promosi mempunyai kategori baik dalam mempengaruhi nasabahnya untuk memilih menabung pada simpanan mudharabah. Maka peneliti mengharapkan agar pihak BMT Beringharjo Nganjuk dapat mempertahankan produk dan promosi yang sudah dijalankan bahkan mungkin dapat lebih ditingkatkan lagi untuk kedepannya. Hal ini

bertujuan untuk tetap mempertahankan loyalitas nasabah agar tetap menggunakan produk yang ditawarkan oleh BMT Beringharjo Nganjuk.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya maka dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Karena kontribusi produk dan promosi terhadap keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk sebesar 63%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk seperti factor harga dan lokasi. Penelitian selanjutnya juga diharapkan agar melakukan penelitian dengan pengambilan sampel yang lebih beragam agar menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.