BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Promosi Terhdap Minat Menabung di PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo

   Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat menabung di PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo.

   Dari hasil pengujian diperoleh untuk t tabel sebesar 1,984. Maka t hitung (+6,551) > t tabel (+1,984) sehingga Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti terdapat pengaruh variabel promosi (X1) terhadap minat menabung (Y), karena terbukti bahwa t hitung > t tabel. Dari hasil hitung hipotesis ini disimpulkan bahwa secara persial terdapat pengaruh signifikan promosi promosi terhadap minat menabung.

2. Pengaruh Pelayanan Tehadap Minat Menabung di PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo.

   Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa tidak adanya pengaruh pelayanan terhadap minat menabung di PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo. Dari hasil pengujian diperoleh untuk t tabel sebesar 1,984. Maka t hitung (0,331) < t tabel (+1,984) sehingga Ho diterima dan Ha ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh

variabel pelayanan (X2) terhadap minat menabung (Y), karena telah terbukti bahwa t hitung < t tabel.

3. Pengaruh Promosi (X1) dan Pelayanan (X2) Terhadap Minat Menabung (Y) di PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo.

   Adanya pengaruh variabel bebas yaitu promosi (X) dan pelayanan (X2) secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat menabung (Y). Dari uji F, di dapat F hitung sebesar 21,480 dan nilai Sig sebesar 0,000. Sedangkan untuk nilai F-tabel pada tingkat keyakinan 95% (a=5%, df=97,) maka diperoleh hasil untuk F tabel sebesar 3,087. Sehingga F hitung > F tabel yakni 21,480 > 3,087, maka Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa F hitung > F tabel, yang berarti tabel promosi (X1) dan variabel pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung (Y).

B. Saran

1. Bagi PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo diharapkan mampu meningkatkan cara promosi produknya, terutama pada kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan lebih efektif dan efisien dengan tujuan nasabah dapat terpengaruh untuk menggunakan produk dan jasa yang dimiliki bank.
2. Bagi PT. BPR Syariah Al Mabrur Babadan Ponorogo diharapkan mampu meningkatkan pelayanan kepada setiap nasabah, terutama pada

segi fisik (*tangible*) dan segi *empati* yang bersifat individual yang diberikan kepada setiap nasabah.

3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel yang dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat pada perbankan syariah.