

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh, Rizky Amalina Bachriansyah (2011) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat pelanggan. Semakin baik kualitas produk maka akan semakin baik minat pelanggan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Saif (2009) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan hal ini berdampak pada minat nasabah dalam menentukan bank yang akan dipilih oleh nasabah baru.
3. Promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Erni Damayanti Alla (2012), promosi adalah sebagai prantara dan tidak menjadi patokan dalam menentukan keberhasilan dalam meningkatkan pelanggan.
4. Lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Vera Erlinda (2013) menyatakan bahwa pemilihan lokasi menentukan dalam strategi marketing, semakin strategis lokasi bank maka akan semakin banyak nasabah yang memilih bank tersebut.

B. Saran

1. Bank Muamalat Kantor Cabang Yogyakarta

Sebagai bahan Evaluasi dari segi pelayanan maupun dari segi perbaikan mutu produk sehingga kedepannya dapat menarik lebih banyak nasabah

2. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan terhadap minat nasabah sebagai referensi pembelajaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai pahan pemikiran, pertimbangan, atau bahan referensi dalam penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama yaitu mencari pengaruh lain terhadap minat nasabah.