

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh lokasi, promosi, dan persepsi kualitas layanan terhadap minat menabung dengan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah atau anggota di BMT Subulussalam Sleman, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel lokasi ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai uji regresi berganda pengaruh koefisien regresinya sebesar 0,270 dan t-hitung 2,831. Sehingga apabila BMT Subulussalam Sleman selalu menempatkan produk tabungan pada lokasi yang tepat maka minat menabung pada BMT Subulussalam Sleman akan meningkat.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel promosi ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah. Hal ini didukung dengan hasil koefisien regresi sebesar 0,234, serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 2,433. Sehingga apabila BMT Subulussalam Sleman terus menerus meningkatkan promosinya kepada nasabah atau calon nasabah, maka minat menabung pada BMT Subulussalam Sleman akan meningkat.

3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah. Hal ini terbukti dengan hasil yang diperoleh berupa koefisien regresi sebesar 0,274, serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 2,55. Sehingga apabila BMT Subulussalam Sleman terus menerus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada nasabah, maka minat menabung pada BMT Subulussalam Sleman akan meningkat.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel lokasi ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), Kualitas layanan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di BMT Subulussalam Sleman. Hal ini diperoleh dari nilai t-hitung masing-masing variabel dengan hasil uji F sebesar 22,046 serta nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,408, hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen yaitu lokasi, promosi, dan kualitas layanan mampu menjelaskan variabel dependen, sedangkan sisanya 59,2 ditentukan dan dijelaskan oleh faktor-faktor lain, yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. sehingga apabila semakin ditingkatkan pemilihan lokasi, mengembangkan promosi dan meningkatkan kualitas pelayanan di BMT Subulussalam Sleman, maka minat menabung pada BMT Subulussalam Sleman akan meningkat.

## **B. Implikasi**

Berkaitan dengan implikasi pada penelitian ini, dapat menganalisis tiga variabel independen yaitu lokasi, promosi, kualitas layanan terhadap Minat menabung nasabah. Agar dapat memperoleh gambaran yang lebih mendalam serta komprehensif dalam penelitian ini disarankan beberapa hal sebagai berikut:

### **1. Kepada Peneliti Berikutnya**

- a. Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah yang lebih banyak. Penggunaan data yang lebih akurat memungkinkan hasil yang lebih baik.
- b. Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih valid.

### **2. Kepada BMT Subulussalam**

Mengingat faktor lokasi merupakan faktor dominan yang mempengaruhi nasabah, maka hal ini perlu diperhatikan dengan seksama oleh pihak manajemen lembaga keuangan sehingga BMT dapat lebih meningkatkan perkembangannya, dengan lebih melihat lokasinya untuk membuka cabang baru dengan lokasi yang lebih strategis agar semakin meningkatkan loyalitas di masyarakat/anggota.