

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Minat Menabung} = 8,040 + 0,116X_1 + 0,166X_2 + 0,084X_3 + 0,519X_4 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresi adalah positif. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Pelayanan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,116 (bertanda positif) terhadap Minat Menabung (Y) dan nilai t hitung sebesar 5,187 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa Pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Menabung (Y). Dengan demikian Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa Pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Menabung (Y) dapat diterima.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Nisbah Bagi Hasil (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,166 (bertanda positif) terhadap Minat Menabung (Y) dan nilai t hitung sebesar 3,026 dengan tingkat signifikansi 0,003 ( $< 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa Nisbah Bagi Hasil (X2) berpengaruh positif terhadap Minat Menabung (Y). Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Nisbah Bagi Hasil (X2) berpengaruh positif terhadap Minat Menabung (Y) dapat diterima.

3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel *Religiusitas* (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,084 (bertanda positif) terhadap Minat Menabung (Y) dan nilai thitung sebesar 3,818 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa *Religiusitas* (X3) berpengaruh positif terhadap Minat Menabung (Y). Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *Religiusitas* (X3) berpengaruh positif terhadap Minat Menabung (Y) dapat diterima.
4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Kualitas Produk (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,519 (bertanda positif) terhadap Minat Menabung (Y) dan nilai thitung sebesar 4,198 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa Kualitas Produk (X4) berpengaruh positif terhadap Minat Menabung (Y). Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Kualitas Produk (X4) berpengaruh positif terhadap Minat Menabung (Y) dapat diterima.
5. Nilai Adjusted R square diperoleh sebesar 0,498. Hal ini berarti bahwa 49, 8% Minat Menabung (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Pelayanan (X1), Nisbah Bagi Hasil (X2), *Religiusitas* (X3), Kualitas Produk (X4) sedangkan 42,7% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya memfokuskan pada Pelayanan (X1), Nisbah Bagi Hasil (X2), *Kualitas Produk* (X3), Kualitas Produk (X4). Sedangkan seluruh variabel independen tersebut hanya dapat mempengaruhi variabel dependen Minat Menabung sebesar 49,5% dan sisanya sebesar 50,5% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian ini.

## 5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Pelayanan

- a. Peningkatan terhadap kualitas layanan terhadap karyawan lebih dioptimalkan pada program pelatihan, dengan harapan akan adanya peningkatan pada kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah dan sesuai dengan harapan nasabah.
- b. Memberikan kemudahan kepada nasabah dalam mengakses maupun melakukan transaksi. Lebih memperhatikan kebutuhan yang diharapkan nasabah dengan fasilitas dan penambahan fitur yang mudah diakses dan dimengerti oleh nasabah.

## 2. Nisbah Bagi Hasil

Pihak BMT Aman Utama mengelola Tabungan dengan maksimal agar bagi hasil dan keuntungan yang diterima nasabah semakin meningkat sesuai dengan nisbah yang telah disepakati, sehingga para nasabah terdorong untuk menabung di BMT Aman Utama.

## 3. *Religiusitas*

Produk perbankan syariah memiliki akad dengan nama-nama syariah, namun secara umum akad-akad pada produk perbankan tersebut kurang dipahami oleh nasabah perbankan syariah. Oleh karena itu, pihak perbankan syariah perlu memberi pemahaman kepada nasabah mengenai akad-akad apa saja yang digunakan ketika bertransaksi serta manfaat akad tersebut bagi kebutuhan nasabah.

## 4. Kualitas Produk

Penyempurnaan produk yang berinovasi dan bervariasi serta evaluasi agar minat menabung nasabah meningkat.