

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh faktor-faktor psikologis dan rasionalis terhadap keputusan nasabah menabung (Studi pada BMT Al Hijrah KAN Jabung) adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor psikologis dan rasionalis yang terdiri dari motivasi ( $X_1$ ), belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), persepsi ( $X_4$ ) dan tingkat keuntungan ( $X_5$ ) mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung ( $Y$ ), karena memiliki F hitung sebesar 168,805 serta tingkat signifikansi  $F < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan terdapat hubungan dan pengaruh secara bersajma-sama dari variabel motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung diterima atau  $H_0$  ditolak.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi parsial dengan menggunakan probabilitas menunjukkan bahwa secara parsial variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ), belajar ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), persepsi ( $X_4$ ) dan tingkat keuntungan ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang

positif, akan tetapi variabel sikap ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung ( $Y$ ).

Variabel tingkat keuntungan ( $X_5$ ) merupakan variabel yang pengaruhnya dominan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung ( $Y$ ), karena memiliki nilai kontribusi yang paling besar yaitu sebesar 73,44%. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel tingkat keuntungan ( $X_5$ ) merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung diterima atau  $H_0$  ditolak. Jadi nasabah BMT Al Hijrah KAN Jabung dalam menabung lebih mempertimbangkan faktor rasional seperti nisbah yang diperoleh dan produk bisnis yang bisa dimanfaatkan dalam investasi.

## 1.2 Saran

1. Hendaknya promosi yang dilakukan untuk memberikan tambahan informasi dan pengetahuan untuk menarik minat nasabah atau calon nasabah untuk menabung di BMT Al Hijrah KAN Jabung tidak hanya sebatas melalui tokoh masyarakat atau kyai dan ulama saja, tetapi peran media baik itu cetak maupun elektronik harus lebih ditingkatkan lagi. Seperti, penyebaran brosur-brosur disertai dengan prosentase nisbah melalui *door-to door*, presentasi ke

kampus-kampus atau majlis ta'lim dan pemasangan spanduk-spanduk di lokasi yang strategis. Sehingga informasi yang disampaikan menyentuh pada semua elemen masyarakat dan seluruh daerah yang ada di wilayah kecamatan Jabung dan Malang pada umumnya.

2. Pelayanan, daya tarik fisik dan inovasi teknologi harus terus dikembangkan atau diperbaiki lagi oleh BMT Al Hijrah KAN Jabung karena tawaran yang diberikan masih dibawah harapan konsumen (nasabah), sehingga perlu diadakannya perbaikan. Seperti kecepatan pelayanan, menanyakan keperluan nasabah, pendirian kotak saran difungsikan dan ditindaklanjuti untuk perbaikan pelayanan.
3. Berbagai jenis produk yang ada di BMT Al Hijrah KAN Jabung harus lebih gencar lagi diinformasikan atau dipromosikan baik itu lewat media cetak maupun elektronik. Seperti mengadakan *show on-air* di radio-radio, kerjasama dengan seluruh universitas yang ada di Malang dan meningkatkan SDM karyawan sebagai pioner dakwah dalam masyarakat serta kerjasama dengan seluruh BMT yang ada di Malang. Sehingga nasabah maupun calon nasabah lebih mengenal dan memahami lagi berbagai macam jenis produk yang bisa dipilih sebagai alternatif dalam menabung.