

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan yaitu untuk menguji pengaruh produk, harga, promosi dan proses terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan IB Titipan BDS di BPRS BDS dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan IB Titipan BDS dengan tingkat koefisien regresi produk sebesar 0,190 dengan signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil dari 0,05. Hal ini disebabkan oleh nasabah mempercayai bahwa produk tabungan iB Titipan BDS dijamin oleh LPS dan Dewan Pengawas Syariah artinya masyarakat merasa aman dengan menitipkan dananya pada BPRS BDS, dan juga produk yang memberikan keuntungan bagi nasabah.
2. Variabel harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan IB Titipan BDS dengan tingkat koefisien regresi produk sebesar 0,365 dengan signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Hal ini disebabkan oleh harga yang diberikan pihak bank sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah berupa setoran awal pembukaan tabungan yang rendah serta tidak ada potongan biaya administrasi tiap bulannya.

3. Variabel promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan IB Titipan BDS dengan tingkat koefisien regresi produk sebesar 0,128 dengan signifikansi sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,05. Hal ini dikarenakan pihak bank BPRS BDS mempromosikan langsung produk tabungannya kepada nasabah seperti melakukan kerjasama dengan pengajian arisan ibu-ibu, kerjasama dengan guru-guru di sekolah, dan mempromosikan produk tabungan ke pedagang-pedagang kecil disekitar lokasi bank serta informasi di brosur yang dibuat secara lengkap mengenai keunggulan suatu produk oleh BPRS BDS.
4. Variabel proses berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan IB Titipan BDS dengan tingkat koefisien regresi produk sebesar 0,516 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini dikarenakan proses/mekanisme pada saat awal membuka tabungan sampai selesai melakukan transaksi dirasa oleh nasabah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yaitu transaksi halal yang dilandasi oleh aturan hukum-hukum islam atau diperbolehkan dalam islam.
5. Variabel Produk, harga, promosi, dan proses secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan dengan besarnya nilai F hitung pada uji ANOVA adalah 31,999. Karena $F_{hitung} > 31,999$ dan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa nasabah memperhatikan variabel-variabel bauran pemasaran jasa yaitu produk, harga, promosi dan proses secara simultan atau bersama-sama

dalam mengambil keputusan menggunakan produk tabungan iB Titipan BDS.

6. Variabel Proses merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan IB Titipan BDS di BPRS Barokah Dana Sejahtera.
7. Strategi bauran pemasaran yang menggunakan variabel produk, harga, promosi dan proses berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan suatu produk Tabungan IB Titipan di BPRS BDS. Hal Ini menunjukkan bahwa BPRS BDS telah membuat strategi kegiatan pemasaran dengan baik dan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti penggunaan tabungan iB Titipan BDS di BPRS BDS.
2. Variabel independent yang digunakan peneliti hanya variabel produk, harga, promosi dan proses saja. Masih banyak variabel lain yang bisa mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan di BPRS BDS.
3. Periode waktu penelitian yang masih terbatas, yaitu dari bulan November 2016 - Maret 2017, terkait produk tabungan iB Titipan BDS di BPRS BDS.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang diberikan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya hendaknya membandingkan 2 produk tabungan ataupun 2 studi kasus tempat penelitian yang berbeda.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independent selain kualitas produk, harga, promosi dan proses terhadap keputusan nasabah menggunakan suatu produk di perbankan syariah.
3. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan diketahui bahwa variabel produk, harga, promosi dan proses secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan iB Titipan BDS, sehingga pihak perusahaan hendaknya lebih memperhatikan lagi dari segi bauran pemasaran jasa secara menyeluruh untuk meningkatkan jumlah nasabah.
4. Pada variabel produk disarankan agar pihak bank dapat meningkatkan lagi keunggulan produk tabungan dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat pada saat ini, dari segi penggunaan label iB pada nama produk tabungan hendaknya diperjelas lagi arti iB kepada nasabah agar nasabah tidak bingung.
5. Pada variabel harga disarankan agar pihak dapat mempertahankan keunggulan berupa setoran awal yang rendah, tidak ada potongan biaya administrasi bulanan dan memberikan bonus yang benar-benar menguntungkan agar nasabah merasa diuntungkan menabung di BPRS BDS.

6. Pada variabel promosi disarankan agar pihak bank dapat meningkatkan promosi melalui media elektronik dengan memanfaatkan media-media sosial pada zaman sekarang dengan menonjolkan keunggulan dari produk tabungan serta memperluas lagi pangsa pasar untuk jangkauan yang lebih luas di area pelosok maupun kota di Yogyakarta agar banyak masyarakat yang mengenal produk-produk di BPRS BDS.
7. Pada variabel proses disarankan agar pihak bank dapat mempertahankan kualitas proses yang tidak menyulitkan nasabah, proses yang mudah dan cepat serta karyawan yang cepat tanggap dalam menghadapi nasabah agar nasabah merasa nyaman selama melakukan transaksi dengan BPRS BDS.