

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu produk, harga, promosi dan pemberian hadiah yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama membuktikan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri. Hal ini berarti bahwa semakin meningkatnya produk maka keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri juga akan meningkat.
2. Hasil uji hipotesis kedua membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri. Hal ini berarti bahwa semakin meningkatnya harga maka keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri juga akan meningkat.
3. Hasil uji hipotesis ketiga membuktikan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri. Hal

ini berarti bahwa semakin tinggi promosi maka tidak akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri.

4. Hasil uji hipotesis keempat membuktikan bahwa variabel pemberian hadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri. Hal ini berarti bahwa semakin meningkatnya pemberian hadiah maka keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri juga akan meningkat.
5. Terdapat pengaruh positif signifikan antara produk, harga dan pemberian hadiah sedangkan terdapat pengaruh positif tidak signifikan pada promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk simpanan berhadiah wisata di KPPS BMT Artha Barokah Imogiri. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 145.708 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 karena tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dinyatakan bahwa secara simultan berproduk, harga, promosi dan pemberian hadiah berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk SIBETA di KSPPS BMT artha Barokah Imogiri. Dengan tingkat *adjusted R square* sebesar sebesar 0,867 yang artinya 86,7% keputusan nasabah memilih produk SIBETA dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, promosi dan

pemberian hadiah sedangkan 13,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## B. Saran

Berdasarkan pada hasil dan keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan kepada KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian produk SIBETA banyak disukai sehingga kualitas produk harus tetap dipertahankan, direkomendasikan harga dinaikan agar hadiah wisata yang di dapat oleh nasabah jangkauan tempat wisatanya bisa lebih jauh dari sebelum-belumnya. Berdasarkan hasil penelitian hadiah yang diberikan selanjutnya bisa disarankan untuk wisata religi.
2. Berdasarkan hasil dari kuisioner masih ada responden yang belum pernah ditawarkan produk simpanan dengan menggunakan brosur dan mengetahui melalui ineternet, marketing dalam mempromosikan produk dengan memberikan brosur sehingga nasabah bisa lebih mengerti apa yang disampaikan oleh merketing dan untuk jangkauan promosi untuk lebih luas lagi agar nasabah SIBETA bisa menngkat lebih banyak.
3. Bagi penelitian selanjutnya, untuk mendapatka hasil yang lebih maksimal maka disarankan untuk mengambil produk simpanan yang lebih dari satu agar dapat dilihat persamaan dan perbedaan, dalam melakukan penyebaran kuesioner diharapkan saat pengisian responden

mendapatkan pendampingan, dan lebih merata keseluruhan lapisan usia responden.

4. Dikarenakan penelitian ini hanya meneliti tentang produk, harga, promosi dan pemberian hadiah di KSPPS BMT Artha Barokah Imogiri saja, sedangkan nmasih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan memilih produk simpanan berhadiah wisata, seperti layanan, lokasi dan lain-lain.