

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk BMT" maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas pelayanan dan literasi keuangan syariah secara parsial mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk BMT UGT Sidogiri KCP Lamandau. Hal ini dibuktikan dengan hipotesis yang diajukan berdasarkan pengujian koefisien regresi yaitu  $H_a$  kualitas pelayanan dan  $H_a$  literasi keuangan syariah berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah BMT, sama dengan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima.
2. Variabel kualitas pelayanan dan literasi keuangan syariah secara simultan atau secara bersama-sama mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan produk BMT. Maka semakin baik kualitas pelayanan dan literasi keuangan syariah maka akan meningkatkan jumlah minat nasabah dalam menggunakan produk BMT.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya
2. Kurangnya fasilitas *website* resmi BMT UGT Sidogiri KCP Lamandau.

### C. Saran

1. Bagi BMT UGT Sidogiri untuk meningkatkan jumlah nasabah maka harus memperhatikan variabel yang menjadi pengaruh terhadap jumlah nasabah, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan literasi keuangan syariah berpengaruh tetapi tidak terlalu besar terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk BMT, sebaiknya BMT UGT Sidogiri KCP Lamandau harus konsisten dalam menjaga kualitas pelayanan dan literasi keuangan syariah dan menemukan inovasi yang sesuai dengan keinginan calon nasabah dan menjaga kualitas pelayanan yang sudah ada sehingga dapat meningkatkan perasaan tertarik dan puas nasabah terhadap BMT UGT Sidogiri KCP Lamandau.
2. Dalam penelitian ini hanya memakai 2 (dua) variabel bebas diantara banyak faktor yang bisa mendasari minat nasabah dalam menggunakan produk BMT seperti variabel *marketing mix (Marketing Mix-7p): Price, Product, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*. Maka dari itu, peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya bisa menemukan ataupun menambah variabel-variabel tersebut yang mendasari minat nasabah dalam menggunakan produk BMT.