

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan serangkaian analisis data dari bab sebelumnya penulis menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim memilih bank syariah secara parsial (sendiri-sendiri) dan secara simultan (bersama-sama), yaitu:

1. Secara parsial variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat non muslim memilih Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cengkareng.
2. Secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim memilih Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cengkareng.
3. Secara parsial variabel strategi promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim memilih Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cengkareng.
4. Secara simultan (bersama-sama) variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan strategi promosi secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap minat nasabah non muslim untuk memilih Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cengkareng.

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

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor untuk dapat lebih di perhatikan lagi bagi peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Hanya diteliti di satu kantor cabang bank syariah saja dengan jumlah responden yang hanya 40 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

2. Objek penelitian hanya di fokuskan pada faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan strategi promosi yang mana masih ada faktor lain mempengaruhi minat nasabah non muslim memilih bank syariah, seperti faktor lokasi, faktor profit sharing, faktor reputasi, dan faktor religius stimuli.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda pada tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesioner.

### **C. Saran**

Dari hasil kesimpulan yang telah didapatkan, peneliti menarik kesimpulan:

1. Disarankan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cengkareng untuk menyediakan produk perbankan yang dapat memenuhi setiap kebutuhan nasabah sehingga hal ini akan berdampak terhadap rasa puas nasabah atas produk yang ditawarkan.
2. Pelayanan yang diberikan sudah baik dan sudah memenuhi ketentuan tentang pelayanan yang baik. Akan tetapi hendaknya terus meningkatkan kemampuan dan keterampilan didalam memberikan pelayanan dan menjelaskan mengenai produk-produk yang akan ditawarkan kepada nasabah didalam melakukan transaksi keuangan agar nasabah merasa betah dan puas serta akan terjalin hubungan yang kuat antara bank dengan nasabah.
3. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cengkareng hendaknya lebih mengoptimalkan penggunaan media periklanan yang lainnya. Media tersebut diantaranya media elektronik, luar ruangan, maupun media sosial, yang dapat memberikan informasi mengenai Bank Syariah Indonesia. Selain itu brosur yang disebar ditambah jumlahnya, dan pemasangan banner di taruh di tempat yang strategis kemudian memilih target promosi yang tepat

sehingga dapat mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cengkareng.

4. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih bank syariah dengan menggunakan analisis data yang berbeda serta menambah jumlah variabel-variabel yang lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.