

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan terkait dengan “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Easy Wadiah* (Studi pada Nasabah BSI di Kabupaten Pandeglang)” maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup Syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan Nasabah memilih Tabungan *Easy Wadiah* pada Nasabah di Kabupaten Pandeglang. Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Indah Sari, dan Pani Akhiruddin Siregar¹ bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung siswa SMA Al – Mujahidin.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan Nasabah memilih Tabungan *Easy Wadiah* pada Nasabah di Kabupaten Pandeglang. Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yeni Nurika, Adi Rahmannur

¹ Indah Putri Sari dan Pani Akhiruddin Siregar, " *Pengaruh Produk, ..., ..., h. 324-331.*

- Ibnu dan Imam Abdul Aziz ² bahwa keunggulan produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kuala Tunggal.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Nasabah memilih Tabungan *Easy Wadiah* pada Nasabah di Kabupaten Pandeglang. Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eky Dwi Juswina, Ambo Asse dan Trimulato ³ bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia.
 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah memilih Tabungan *Easy Wadiah* pada Nasabah di Kabupaten Pandeglang. Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Susanti ⁴ bahwa secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadiah di Bank Syariah.
 5. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Nasabah memilih Tabungan *Easy Wadiah* pada Nasabah di Kabupaten Pandeglang. Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan

² Yeni Nurika, MH Adi Rahmannur Ibnu, SH., dan M.Si Imam Abdul Aziz., SEI., "*Analisis Pengaruh, ..., h. 98-105.*

³ Eky Dwi Juswina, Ambo Asse, dan Trimulato, "*Pengaruh Lokasi, ..., h. 71-88.*

⁴ Dwi Susanti, "*Pengaruh Kualitas, ..., h. 85 .*

oleh Fajar Sodik, Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, Raida Nadia Syahita ⁵ bahwa secara parsial variabel pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup Syariah, Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, dan Pengetahuan secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Nasabah memilih Tabungan *Easy Wadiah* pada Nasabah di Kabupaten Pandeglang. Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mona Birasukma dan Dini Indrawati ⁶ bahwa faktor gaya hidup syariah, keunggulan produk, lokasi, dan promosi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah BSI di Kabupaten Tanah Datar memilih produk BSI tabungan *Easy Wadiah*.

B. Keterbatasan

Keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya membahas 5 faktor yang berpengaruh terhadap Keputusan nasabah memilih Tabungan *Easy Wadiah* di

⁵ Fajar Sodik et al., *Analisis Pengaruh*, ..., h. 123-143.

⁶ Birasukma dan Indrawati, *Analisis Faktor*, ..., h. 133-145.

antaranya faktor gaya hidup syariah, kualitas produk, lokasi, promosi dan pengetahuan.

2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan objek penelitian pada Bank syariah Indonesia.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan dari penelitian ini maka terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk peneliti berikutnya, yaitu:

1. Diharapkan bisa menambahkan variabel yang berbeda dari penelitian ini yang dapat mempengaruhi Keputusan nasabah memilih Tabungan *Easy Wadiah*, sehingga dapat memberikan gambaran yang begitu luas mengenai masalah yang diteliti. Misalnya seperti variabel *word of mounth, face to face marketing* dan variabel lainnya.
2. Mencari objek yang berbeda dari penelitian ini sehingga bisa memperluas lagi informasi serta pengetahuan yang akan diperoleh. Misalnya seperti pada Bank Umum Syariah, Bank BJB Syariah dan perbankan syariah lainnya.