

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan skripsi yang berjudul pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah bank muamalat kantor cabang umum Cilegon, maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada bank muamalat kantor cabang umum Cilegon. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Juju Hartati dengan hasil penelitian bahwa variabel produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung, tetapi tidak konsisten dengan hasil penelitian Erlianti dengan hasil penelitian bahwa faktor bagi hasil, produk pelayanan, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.
2. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada bank muamalat kantor cabang umum Cilegon. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khoirul Uyun dengan hasil penelitian variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

menabung, tetapi tidak konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arsiti dengan hasil penelitian promosi dan bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diajukan penulis dari penelitian yang telah dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi bank muamalat KCU Cilegon. Dalam landasan kelembagaan dan mekanisme operasional perbankan kiranya lebih mendorong pemasaran dengan produk pembiayaan yang beragam dan bergerak lebih mudah, cepat dan terpercaya. Agar para nasabah tidak segan dalam bekerja sama dengan bank muamalat KCU Cilegon.
2. Bagi akademis untuk lebih mempertahankan terhadap mahasiswa yang meneliti, bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel X dan variabel Y nya serta memperpanjangkan periode penelitian dan menambah objek produk dan promosi yang diteliti atau menambah faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah.