

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis data pada Bab IV, maka selanjutnya dapat diambil beberapa kesimpulan yang dapat digunakan sebagai dasar bagi manajemen untuk proses pengambilan keputusan bagi pihak perusahaan dalam hubungannya dengan kegiatan pemasaran, antara lain :

1. Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui profil nasabah dari Bank Syariah Mandiri, yaitu:
 - Nasabah Bank Syariah Mandiri lebih didominasi oleh pria, dengan frekuensi responden sebanyak 56 orang, selebihnya wanita dengan frekuensi responden sebanyak 44 orang.
 - Dari segi usia yang lebih dominan pada usia antara 16 tahun – 25 tahun, kedua antara 26 tahun – 35 tahun, ketiga antara 36 tahun – 45 tahun, keempat diatas 45 tahun, dan kelima dibawah 16 tahun.
 - Dari tingkat pendidikan yang lebih dominan adalah responden yang mempunyai pendidikan terakhir tamat SMU, kedua Akademia/Sarjana, ketiga tamat SLTP, yang keempat tamat SD.
 - Dari jenis pekerjaan, yang lebih dominan adalah responden yang mempunyai pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar, kedua Wiraswasta/Pegawai Swasta, ketiga sebagai Pegawai Negeri dan Lain – Lain, dan yang keempat Dosen.

2. Dari hasil penelitian yang dilakukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri dihasilkan data bahwa terdapat lima faktor yang mempunyai pengaruh besar terhadap motivasi konsumen untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Faktor – faktor tersebut meliputi faktor fasilitas yang dimiliki Bank Syariah Mandiri, faktor pelayanan yang diberikan bank, faktor persyaratan menabung yang mudah, sistem bagi hasil yang ditawarkan pihak bank, dan yang terakhir faktor agama bagi nasabah Bank Syariah Mandiri itu sendiri.
3. Dari hasil uji anova diketahui bahwa perbedaan rata – rata nilai skor minat nasabah terhadap faktor motivasi adalah berbeda nyata. Dan diketahui faktor yang paling dominan membentuk motivasi nasabah adalah faktor agama.
4. Dari perhitungan analisis Kai Kuadrat atau Chi Square (X^2), dapat diketahui bahwa analisis penelitian ini terbukti. Hal ini dapat terlihat dengan adanya beberapa faktor yang signifikan meskipun sebagian yang lain dari faktor ini tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara karakteristik responden dengan faktor motivasi Bank Syariah Mandiri. Hal ini dapat terlihat dari hasil analisis yang dilakukan :
 - Karakteristik UsiaBerdasarkan karakteristik ini tidak terdapat perbedaan yang signifikan berdasarkan usia responden terhadap faktor fasilitas, pelayanan, persyaratan menabung, sistem bagi hasil, dan agama.

- Karakteristik Tingkat Pendidikan

Berdasarkan karakteristik ini terdapat beberapa faktor yang memiliki perbedaan yang signifikan yaitu faktor pelayanan dan sistem bagi hasil. Faktor yang lain seperti fasilitas, persyaratan menabung, dan agama tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

- Karakteristik Jenis Pekerjaan

Berdasarkan karakteristik ini tidak terdapat perbedaan yang signifikan berdasarkan jenis pekerjaan responden terhadap faktor fasilitas, pelayanan, persyaratan menabung, sistem bagi hasil, dan agama.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian, maka saran - saran yang diberikan peneliti kepada perusahaan adalah:

1. Dengan mengetahui bahwa terdapat beberapa faktor motivasi konsumen menjadi nasabah yang terdiri dari faktor fasilitas yang dimiliki bank, faktor pelayanan yang diberikan bank, faktor persyaratan menabung yang mudah, sistem bagi hasil yang ditawarkan, dan faktor agama maka hendaknya Bank Syariah Mandiri tetap menjaga dan selalu meningkatkan eksistensi dari faktor – faktor tersebut. Selain itu juga harus berusaha mengembangkan faktor – faktor yang lain yang dapat menimbulkan motivasi nasabah sehingga yang menjadi faktor motivasi bukan hanya itu saja. Maka dari itu hendaknya bisa lebih mendekatkan diri pada semua

lapisan nasabah sehingga dapat lebih memahami apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan oleh nasabah.

2. Agama merupakan faktor yang paling dominan dan yang paling berperan dalam mempengaruhi motivasi nasabah serta sebagai faktor daya tarik dari Bank Syariah Mandiri hendaknya perusahaan lebih berhati – hati dalam menentukan kebijakan karena memakai nama suatu agama sehingga tidak mencemarkan agama itu sendiri dan terhindar dari prasangka memakai kedok agama. Selain itu juga harus berusaha mengembangkan dan membuat inovasi baru pada faktor – faktor yang lain yang sudah ada sehingga yang menjadi faktor daya tarik bukan hanya satu faktor saja melainkan semua faktor yang dimiliki Bank Syariah Mandiri.
3. Dengan mengetahui beberapa perbedaan faktor motivasi berdasarkan tingkat pendidikan terhadap faktor pelayanan dan sistem bagi hasil, maka Bank Syariah Mandiri hendaknya bisa lebih mendekati diri pada semua lapisan nasabah yang mempunyai karakteristik yang berbeda – beda sehingga bisa lebih memahami apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan oleh nasabah.

