

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Dari hasil analisis rata-rata motivasi nasabah diperoleh data bahwa terdapat perbedaan motivasi nasabah dalam memilih menjadi nasabah Bank Tabungan Negara Syariah. Motivasi yang paling besar nilainya dalam mendorong nasabah untuk memilih Bank Tabungan Negara Syariah adalah dorongan Keyakinan yang berhubungan dengan agama dengan nilai rata-rata sebesar 3,7333, diikuti oleh dorongan Kualitas pelayanan dengan nilai rata-rata sebesar 3,5209 dan yang terakhir adalah dorongan akan Kemudahan-kemudahan bagi nasabah dengan nilai rata-rata sebesar 2,8033.
2. Dari hasil uji One Way ANOVA untuk variabel motivasi Keyakinan yang berhubungan dengan agama, Kemudahan-kemudahan bagi nasabah dan Kualitas pelayanan diperoleh F hitung sebesar 173,460 dan signifikan pada 0,000 dimana ($p < 0,05$) sehingga H_0 ditolak, yang berarti ada perbedaan motivasi nasabah dalam memilih menjadi nasabah Bank Tabungan Negara Syariah.

Berikut adalah hasil analisis rata-rata motivasi nasabah secara rinci :

- Ditinjau dari karakteristik gender;

Untuk motivasi Keyakinan yang berhubungan dengan agama, bagi kelompok nasabah pria memiliki nilai rata-rata motivasi 3.73 dan untuk kelompok nasabah wanita memiliki nilai rata-rata tertinggi 3.74.

Untuk motivasi Kemudahan-kemudahan bagi nasabah, bagi kelompok nasabah pria memiliki nilai rata-rata motivasi 2.78 dan untuk kelompok nasabah wanita memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 2.83.

Untuk motivasi Kualitas pelayanan, bagi kelompok nasabah pria memiliki nilai rata-rata motivasi 3.35 dan untuk kelompok nasabah wanita memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 3.41.

- Ditinjau dari karakteristik usia;

Untuk motivasi Keyakinan yang berhubungan dengan agama, bagi kelompok nasabah dengan usia <25th memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 4, kelompok nasabah dengan usia 25-35th memiliki nilai rata-rata motivasi 3.68, dan kelompok nasabah dengan usia >35th memiliki nilai rata-rata motivasi 3.74.

Untuk motivasi Kemudahan-kemudahan bagi nasabah, bagi kelompok nasabah dengan usia <25th memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 2.83, kelompok nasabah dengan usia 25-35th memiliki nilai rata-rata motivasi 2.72, kelompok nasabah dengan usia >35th memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 2.83.

Untuk motivasi Kualitas pelayanan, bagi kelompok nasabah dengan usia <25th memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 3.55, kelompok nasabah dengan usia 25-35th memiliki nilai rata-rata motivasi 3.48, kelompok nasabah dengan usia >35th memiliki nilai rata-rata motivasi 3.40.

- Ditinjau dari karakteristik tingkat pendidikan;

Untuk motivasi Keyakinan yang berhubungan dengan agama, bagi kelompok nasabah berlatar belakang pendidikan SMU memiliki nilai rata-rata motivasi 3, kelompok nasabah berlatar belakang pendidikan Diploma memiliki nilai rata-rata motivasi 3.69, dan kelompok nasabah berlatar belakang pendidikan Sarjana memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 3.78.

Untuk motivasi Kemudahan-kemudahan bagi nasabah, bagi kelompok nasabah berlatar belakang pendidikan SMU memiliki nilai rata-rata motivasi 2.2, kelompok nasabah berlatar belakang pendidikan Diploma memiliki nilai rata-rata motivasi 2.80, dan kelompok nasabah berlatar belakang pendidikan Sarjana memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 2.84

Untuk motivasi Kualitas pelayanan, bagi kelompok nasabah berlatar belakang pendidikan SMU memiliki nilai rata-rata motivasi 2.8, kelompok nasabah berlatar belakang pendidikan Diploma memiliki nilai rata-rata motivasi 3.29, dan kelompok nasabah berlatar belakang pendidikan Sarjana memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 3.41.

- Ditinjau dari karakteristik tingkat penghasilan;

Untuk motivasi Keyakinan yang berhubungan dengan agama, bagi kelompok nasabah dengan penghasilan antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000

memiliki nilai rata-rata motivasi 3.59 dan nasabah dengan penghasilan >Rp 1.000.000 memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 3.75.

Untuk motivasi Kemudahan-kemudahan bagi nasabah, bagi kelompok nasabah dengan penghasilan antara Rp 500.000-Rp 1.000.000 memiliki nilai rata-rata motivasi 2.63 dan nasabah dengan penghasilan >Rp 1.000.000 memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 2.82.

Untuk motivasi Kualitas pelayanan, bagi kelompok nasabah dengan penghasilan antara Rp 500.000-Rp 1.000.000 memiliki nilai rata-rata motivasi 3.24 dan nasabah dengan penghasilan >Rp 1.000.000 memiliki nilai rata-rata motivasi tertinggi 3.38.

5.2 Saran

1. Pihak Bank Tabungan Negara Syariah harus dapat memenangkan persaingan dunia perbankan syariah dan mempertahankan loyalitas nasabah, dengan cara mempertahankan dan terus meningkatkan keunggulan produk maupun keunggulan pelayanan. Dari keunggulan tersebut dapat memotivasi para calon nasabah untuk memilih Bank Tabungan Negara Syariah dan dapat membuat nasabah semakin loyal pada Bank Tabungan Negara Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi yang paling besar mendorong nasabah memilih Bank Tabungan Negara Syariah adalah motivasi akan Keyakinan yang berhubungan dengan agama, sehingga pihak Bank Tabungan Negara Syariah harus tetap mempertahankan konsistensinya dalam menjalankan sistem perbankan Islam atau syariah secara murni dan terus meningkatkan pengetahuan

tentang ilmu perbankan syariah agar para calon nasabah yang berorientasi untuk mencari ridho Allah tidak menjadi ragu dalam memilih menjadi nasabah Bank Tabungan Negara Syariah.

Beberapa hal yang harus dilakukan oleh Bank Tabungan Negara Syariah adalah:

- Mempertahankan dan terus meningkatkan fasilitas-fasilitas dan sarana kemudahan baik dalam bidang teknologi perbankan syariah maupun keragaman produk yang ditawarkan, sehingga dapat memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan perbankannya di Bank Tabungan Negara Syariah.
 - Mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan yang ramah, cepat, tepat dan tanggap sehingga dapat memuaskan para nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas sumber daya karyawan hingga meningkatkan kualitas infrastruktur gedung.
2. Bank Tabungan Negara Syariah perlu terus meningkatkan kegiatan promosinya sesering mungkin dan memperluas jaringan promosi untuk dapat lebih dikenal masyarakat dan mendapatkan target nasabah baru. Hal ini dapat dilakukan dengan promosi melalui media massa, media elektronik, mengadakan seminar atau short course Bank Syariah dan melalui keikutsertaan dalam sponsorship untuk kegiatan-kegiatan tertentu yang mendukung kegiatan promosi Bank Tabungan Negara Syariah.