

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengetahuan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).
2. Reputasi bank secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).
3. Persepsi nasabah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).
4. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).
5. Pengetahuan Produk, Reputasi Bank, Persepsi Nasabah, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan benar dan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih terdapat keterbatasan yang dapat dijadikan acuan penelitian selanjutnya agar memperoleh hasil yang baik. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah pengetahuan produk, reputasi bank, persepsi nasabah, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Dengan demikian, masih terdapat faktor lain di luar variabel penelitian ini yang mempengaruhi keputusan menabung.

2. Kemungkinan beberapa responden tidak paham mengenai pertanyaan pada saat mengisi kuesioner.
3. Pengisian responden dilakukan secara tertutup, sehingga responden tidak bisa bebas menyampaikan pendapat.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas populasi dan sampel, serta melibatkan faktor-faktor lain yang kemungkinan berpengaruh terhadap keputusan menabung.
2. Bagi PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda)
 - a. Pengetahuan Produk berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa nasabah dengan pengetahuan produk yang memadai, dapat membuat keputusan menabung dengan lebih baik. Semakin banyak pengetahuan tentang karakteristik produk dan pengetahuan tentang manfaat produk yang dimiliki, maka semakin luas pemahaman nasabah tentang kegiatan menabung sehingga mereka dapat mengolah dan membuat keputusan yang bijak untuk menabung di bank.
 - b. Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa reputasi bank menjadi alasan nasabah dalam mempertahankan hubungannya dengan bank karena bank tersebut memiliki tanggung jawab sosial atau disebut dengan *Corporate Social Responsibilities* (CSR). Nasabah yang memiliki simpanan dalam bentuk tabungan akan tetap menggunakan jasa simpanan dan memiliki keputusan menabung yang kuat pada bank tersebut karena memiliki

tanggung jawab sosial dimana bank memperhatikan kenyamanan nasabah, keamanan yang baik dalam mengelola dan mengendalikan dana pihak ketiga.

- c. Persepsi Nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa keinginan masyarakat untuk menabung bergantung pada persepsi nasabah. Persepsi nasabah dalam menentukan produk dan memilih informasi tentang bank yang baik dalam memberikan kemudahan dalam bertransaksi dapat mendorong nasabah untuk membuat keputusan menabung.
- d. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa keinginan nasabah untuk menabung bergantung pada kualitas pelayanan. Nasabah yang memiliki simpanan dalam bentuk tabungan akan tetap menggunakan jasa simpanan dan memiliki keputusan menabung yang kuat, karena bank telah memberikan daya tanggap (*responsiveness*) seperti, melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat dan memberikan empati (*empathy*) seperti, melakukan pelayanan dengan sikap ramah dan menghargai setiap konsumen.