

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar 0,307 dan t_{hitung} sebesar 2,213.
2. Persepsi nasabah tentang promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh berupa koefisien korelasi sebesar 0,410 serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 3,508 dengan t_{tabel} sebesar 1,990.
3. Persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Cabang Jakabaring Palembang. Berdasarkan hasil persamaan regresi variabel yang dominan mempengaruhi minat menabung nasabah adalah promosi. Hal ini diperoleh dari nilai t_{hitung} masing-masing variabel sebesar 2,213 dan 3,508 dengan hasil uji F sebesar 10,905 serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,216 yang artinya variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 21,6% sedangkan sisanya sebesar 78,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk dapat menarik minat nasabah menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Jakabaring Palembang sebaiknya perusahaan dalam menetapkan tingkat suku bunga bank juga harus mampu bersaing dengan bank lain, meskipun tingkat suku bunga tidak terlalu besar pengaruhnya tapi besaran suku bunga ikut berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah.
2. Variabel yang mempunyai pengaruh tertinggi adalah promosi. Perusahaan sebaiknya terus meningkatkan strategi promosi melalui sales marketing untuk dapat menarik dan meningkatkan minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Cabang Jakabaring Palembang dengan tetap memperhatikan efektivitas promosi.
3. Penelitian ini hanya terbatas pada persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga dan promosi terhadap minat menabung nasabah, sehingga diharapkan bagi penelitian selanjutnya lebih memperluas mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat menabung nasabah diluar dari variabel yang diteliti penulis.