

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variabel promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. Secara bersama-sama semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### **B. Saran**

Adapun saran-saran yang diberikan melakukan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi BMT sebaiknya untuk meningkatkan promosi, sehingga pelanggan akan melihat produk tersebut dan akan tertarik dalam menggunakan produk BMT tersebut. Misalnya: Penggunaan iklan berupa pemasangan banner baliho, promosi dari mulut ke mulut, menawarkan langsung kepada calon nasabah, dan lain-lain.
2. Bagi BMT sebaiknya untuk meningkatkan produk yang diinginkan oleh pelanggan produknya seperti Mudarabah, masyarakat, tabungan syariah dan tabungan haji Hal ini akan membuat pelanggan semakin ingin tahu produk baru yang datang dan akan menimbulkan minat seorang pelanggan Sehingga pada akhirnya dapat mendorong munculnya pembelian di masa mendatang. Misalnya: Adanya jaminan atas pinjaman yang dilakukan, adanya bonus setiap pinjaman, dan lain-lain.
3. Bagi BMT sebaiknya untuk menjaga dan meningkatkan standar pelayanan dengan baik pada BMT tersebut, sehingga nasabah yang datang merasa senang dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT, sehingga pada akhirnya dapat mendorong munculnya kepuasan Nasabah. Misalnya: Pelayanan dengan ramah, cekatan, dan pemahaman produk BMT dengan jelas kepada calon nasabah, dan lain-lain.

