BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti mengenai promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Cirebon Dr. Cipto, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Cirebon Dr. Cipto, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,715, dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,265 > t_{tabel} sebesar 1,669 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,1.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nsabah produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Cirebon Dr. Cipto, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar sebesar 0,269, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,901 > t_{tabel} sebesar 1,669 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,1.
3. Promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Cirebon Dr. Cipto, hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 39,105 > F_{tabel} sebesar 2,39 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,1.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, denganmengetahui adanya pengaruh antara promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia, secara parsial maupun bersama-sama, saran yang kiranya dapat peneliti sampaikan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan sebagai pemegang hak otoritas pengambil kebijakan yakni BSI KC Cirebon Dr. Cipto dalam upaya peningkatan nasabah diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Promosi merupakan faktor yang berpengaruh cukup tinggi terhadap keputusan menjadi nasabah produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Cirebon Dr. Cipto, maka dalam hal ini diharapkan perusahaan atau para pegawai terus memperluas melakukan promosi produk pembiayaan cicil emas baik secara *offline* atau *online* kepada nasabah tetap maupun calon nasabah lainnya agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui keuntungan dan kelebihan dari produk pembiayaan cicil emas. Dalam usaha meningkatkan keputusan nasabah untuk memilih produk pembiayaan cicil emas, maka hendaknya pihak pegawai Bank syariah Indonesia sering melakukan kontak dengan nasabah seperti pemberitahuan hadiah langsung yang menarik, sehingga hal itu akan meningkatkan nasabah.
2. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Cirebon Dr. Cipto, untuk meningkatkan kualitas pelayanan hendaknya perusahaan mampu meningkatkan *assurance* (jaminan) kepada pelanggan, diharapkan mampu memberikan pelayanan yang baik jika ada masalah atau keluhahan pada pelanggan dan memberikan solusi yang bisa menyenangkan hati pelanggan. Karena pelayanan yang berkualitas akan membentuk citra positif sebuah perusahaan. Serta hal yang terpenting adalah agar terjalin hubungan dan silahturahmi yang baik antara pihak Bank Syariah Indonesia dengan nasabah sebagai mitra sehingga akan menimbulkan loyalitas dari nasabah.
3. Promosi dan kualitas pelayanan yang sudah ada harus dipertahankan bahkan ditingkatkan agar bisa meningkatkan dan menciptakan keputusan nasabah untuk memiliki emas batangan dengan cara mencicil serta menjaga komunikasi dengan nasabah yang mengedepankan kualitas pelayanan. Sosialisasi kepada masyarakat masih sangat minim sehingga masyarakat mengetahui jika produk-produk seperti cicil emas, gadai emas, hanya berada dipegadaian saja. Sehingga penyaluran dana yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Cirebon Dr. Cipto tidak maksimal diserap oleh masyarakat.