

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis analisis dan pembahasan hasil tentang pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Bandar Lampung (studi pada mahasiswa perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Reputasi Bank Syariah yang terdiri dari 6 indikator yaitu *emotional appeal, product and service, vision and leadership, workplace environment, financial performance* dan *social responsibility*, memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 70,4% terhadap keputusan menabung. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi bank syariah berpengaruh besar terhadap keputusan menabung. Kondisi ini ditunjang dari kuesioner yang disebar peneliti kepada responden dimana responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa bank syariah bertanggung jawab terhadap lingkungan, dan pernyataan bahwa bank syariah terlihat sebagai tempat yang baik untuk bekerja. Namun demikian masih terdapat responden yang menyatakan ragu-ragu terhadap pernyataan perasaan suka terhadap bank syariah, dan pernyataan bahwa produk dan jasa sesuai dengan identitas bank syariah.

2. Inovasi produk tabungan yang terdiri dari 3 indikator yaitu produk baru bagi dunia, tambahan pada lini produk yang telah ada, dan perbaikan produk yang telah ada memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan sebesar 4,8% terhadap keputusan menabung. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk tabungan memiliki pengaruh kecil terhadap keputusan menabung. Kondisi ini karena dari kuesioner yang disebar peneliti kepada responden dimana responden menyatakan ragu-ragu terhadap pernyataan produk tabungan bank syariah produk yang belum pernah dibuat oleh bank konvensional, produk tabungan bank syariah mempunyai ciri yang berbeda dengan produk bank konvensional dan inovasi produk tabungan bank syariah memunculkan beragam pilihan.
3. Keputusan menabung yang terdiri dari 4 indikator yaitu *attention*, *interest*, *desire* dan *action* secara simultan kedua variabel yaitu reputasi bank syariah dan inovasi produk tabungan memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung. Kondisi ini ditunjang dari kuesioner yang disebar peneliti kepada responden dimana sebagian besar responden menjawab setuju untuk semua pernyataan. Namun demikian, terdapat penurunan presentase pada pernyataan mahasiswa tertarik untuk mencoba produk tabungan bank syariah. Untuk hasil uji determinasi besarnya R^2 adalah 0,507 hal tersebut berarti 50,7% variabel keputusan menabung dipengaruhi variabel reputasi bank syariah dan inovasi produk tabungan sedangkan sisanya 49,3%

dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti oleh penyusun. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi dan inovasi produk tabungan memiliki pengaruh cukup besar terhadap keputusan menabung

B. Saran

1. Berdasarkan kesimpulan untuk meningkatkan keputusan menabung reputasi bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, sebaiknya bank syariah selalu konsisten dalam menjaga reputasi bank syariah dengan cara melakukan pelatihan perbankan syariah di kampus sehingga dapat meningkatkan perasaan suka mahasiswa terhadap perbankan syariah, dan melakukan inovasi produk dan jasa yang sesuai dengan identitas bank syariah, agar meningkatkan reputasi yang dimiliki bank syariah.
2. Inovasi produk tabungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung tetapi bagaimana pun juga dalam industri perbankan inovasi produk harus dilakukan karena kelangsungan usaha dalam perbankan syariah untuk mampu bersaing dengan bank konvensional sangatlah penting, dan upaya tersebut bisa dilakukan dengan berinovasi salah satunya pada produk yang dibuat. Dengan cara melakukan inovasi produk tabungan yang belum pernah dibuat oleh bank konvensional, melakukan inovasi produk tabungan dengan ciri yang berbeda dengan produk bank konvensional dan bank syariah memunculkan beragam pilihan produk kepada nasabah.

3. Berdasarkan kesimpulan, secara simultan perusahaan diharapkan melakukan survei mengenai kesenjangan antara pengetahuan (kognitif), kesadaran, pada calon nasabah terkait keputusan menabung mahasiswa pada bank syariah di Bandar Lampung.

