

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, penulis menyimpulkan:

1. Atribut produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi atribut produk (X_1) sebesar 0,037, sedangkan uji t hasilnya dibawah 5 persen.
2. Pelayanan islami berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi pelayanan islami (X_2) sebesar 0,047, sedangkan uji t hasilnya di bawah 5 persen.
3. Dari Uji ANOVA didapat F hitung adalah 14,278 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05,. Atau bisa dikatakan, atribut produk dan pelayanan islami berpengaruh terhadap Minat

5.2. Saran

1. Seiring dengan pesatnya laju perkembangan perekonomian disarankan. BMT Artha Salsabil Ngaliyan untuk meningkatkan atribut produk dengan melakukan inovasi produk
2. Untuk meningkatkan atribut produk disarankan pula promosi dilakukan dengan besar-besaran

3. Kepada peneliti melanjutkan hendaklah menambahkan variabel lain untuk memperkuat penelitian.

5.3. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan hidayah dan taufik-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW yang kita harapkan syafa'atnya kelak di hari kiamat.

Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal itu semata-mata merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak demi perbaikan yang akan datang untuk mencapai kesempurnaan.

Akhirnya penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat menambah khazanah keilmuan, bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amiin.