BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh atribut produk dan citra merek (*brand image*) terhadap motivasi nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Kudus maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel atribut produk berhubungan positif dan signifikan terhadap motivasi nasabah BMI Cabang Kudus menggunakan Shar-e.
2. Variabel citra merek berhubungan positif dan signifikan terhadap motivasi nasabah BMI Cabang Kudus menggunakan Shar-e.
3. Variabel atribut produk dan citra merek (*brand image*) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap motivasi nasabah BMI Cabang Kudus menggunakan Shar-e.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Atribut produk Shar-e di Bank Muamalat Indonesia Cabang Kudus diharapkan bisa lebih ditingkakan lagi sehingga menambah motivasi nasabah menggunakan Shar-e di BMI Cabang Kudus.
2. Citra merek yang baik harus dipertahankan dan jujur.
3. Untuk penelitian mendatang diharapkan memberikan hasil yang lebih baik.

C. Penutup

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini meskipun dengan rasa lelah, letih, jenuh yang amat besar dan semangat yang pasang surut.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun sudah penulis usahakan semaksimal mungkin. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca budiman pada umumnya dan khususnya bagi penulis sendiri dimasa yang akan datang.

Amin Yaa Robbal 'Alamin.