

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas motivasi yang paling dominan mempengaruhi nasabah adalah karena faktor kualitas pelayanan. Dan berdasarkan hasil dari keseluruhan ke lima faktor diatas dinilai mampu memotivasi nasabah dalam menabung diproduk Tabungan iB Prima Hasanah pada PT. BNI Syariah KC Bukittinggi.

Sesuai dengan perolehan nilai skor rata-rata dan total skor secara berurutan adalah sebagai berikut:

1. Faktor kualitas pelayanan menempati urutan pertama dengan skor rata-rata 43.5 dari skor ideal 40 dengan pencapaian persentase 87% (sangat setuju).
2. Urutan kedua adalah faktor keuntungan dengan skor rata-rata 42.6 dari skor ideal 50 dengan pencapaian persentase 85% (sangat setuju).
3. Urutan ketiga adalah faktor promosi dengan skor rata-rata 42 dari skor ideal 50 dengan pencapaian persentase 84% (sangat penting).
4. Urutan keempat adalah faktor kebutuhan dan fasilitas dengan skor rata-rata 41 dari skor ideal 50 dengan pencapaian persentase 83% (setuju).
5. Urutan terakhir adalah faktor agama dengan skor rata-rata 40.5 dari skor ideal 50 dengan pencapaian persentase 81% (setuju).

Keseluruhan data dari kelima faktor diperoleh skor rata-rata sebesar 42 dari skor ideal 50 dengan pencapaian persentase sebesar 84% (sangat setuju).

B. Saran

Kepada pihak bank harus lebih memperhatikan hal-hal yang dapat memotivasi nasabah dalam menggunakan produk bank karena faktor motivasi sangat berpengaruh terhadap pasang surutnya jumlah nasabah. Terutama pada kualitas pelayanan, dimana pihak bank harus memperhatikan setiap produk yang ditawarkan kepada nasabah atau calon nasabah agar senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik dan istimewa. Selain itu nasabah harus diberikan pelayanan dengan 3 S (Salam, Senyum dan Sapa).

UIN IMAM BONJOL
PADANG