

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian Faktor tempat, Faktor Merek, Faktor Ekonomi dan Faktor Pengetahuan terhadap Minat menabung pada Bank Syariah Persatuan Istri Tentara Senapan C Yonif 126/ KC Rantau Prapat dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi faktor tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Studi Kasus Persatuan Istri Tentara Senapan C Yonif 126/KC Rantau Prapat. Hal ini ditunjukkan dari diperoleh nilai  $t$  hitung (2,469) >  $t$  tabel (2,048) dan nilai signifikansi sebesar  $0,020 < 0,05$ .
2. Persepsi faktor merek secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Studi Kasus Persatuan Istri Tentara Senapan C Yonif 126/KC Rantau Prapat dengan diperoleh nilai  $t$  hitung (2,276) >  $t$  tabel (2,048) dan nilai signifikansi sebesar  $0,212 > 0,05$ .
3. Persepsi faktor ekonomi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Studi Kasus Persatuan Istri Tentara Senapan C Yonif 126/KC Rantau Prapat dengan diperoleh nilai  $t$  hitung (2,506) >  $t$  tabel (2,276) dan nilai signifikansi sebesar  $0,617 > 0,05$ .
4. Persepsi faktor pengetahuan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Studi Kasus Persatuan Istri Tentara Senapan C Yonif 126/KC Rantau Prapat dengan diperoleh nilai  $t$  hitung (0,611) <  $t$  tabel (2,276) dan nilai signifikansi sebesar  $0,546 > 0,05$ .

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah diharapkan dapat memperluas jaringan yang memungkinkan tidak ada faktor penghambat dalam menarik minat

menabung pada Bank Syariah Persatuan Istri Tentara Senapan C Yonif 126/KC Rantauprapat.

2. Bagi masyarakat diharapkan dapat mengikuti perkembangan teknologi dalam memahami faktor penghambat untuk minat menabung pada Bank Syariah Persatuan Istri Tentara Senapan C Yonif 126/KC Rantauprapat.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi minat menabung, selain itu representatif responden diharapkan memiliki jangkauan yang lebih luas lagi.

