

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh elemen-elemen bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan BTN Haji dan Umroh iB di Bank BTN Syariah wilayah Yogyakarta. Analisis dilakukan pada tujuh elemen utama: produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap elemen memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah, menegaskan pentingnya penerapan strategi pemasaran yang relevan dengan kebutuhan pelanggan.

Secara rinci, elemen produk menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap manfaat tabungan. Elemen harga dan promosi turut memainkan peran strategis, dengan menunjukkan daya tarik yang sesuai dengan kemampuan serta ekspektasi nasabah. Faktor tempat, orang, proses, dan bukti fisik mendukung pengalaman pengguna yang lebih baik, yang pada akhirnya memperkuat keputusan nasabah untuk menggunakan produk ini.

Berdasarkan pengujian hipotesis, hasilnya dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Abungan BTN Haji dan Umroh iB bagi Nasabah Bank BTN Syariah Yogyakarta.

2. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Abungan BTN Haji dan Umroh iB bagi Nasabah Bank BTN Syariah Yogyakarta.
3. Tempat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Abungan BTN Haji dan Umroh iB bagi Nasabah Bank BTN Syariah Yogyakarta.
4. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Abungan BTN Haji dan Umroh iB bagi Nasabah Bank BTN Syariah Yogyakarta.
5. Orang berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Abungan BTN Haji dan Umroh iB bagi Nasabah Bank BTN Syariah Yogyakarta.
6. Proses berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Abungan BTN Haji dan Umroh iB bagi Nasabah Bank BTN Syariah Yogyakarta.
7. Bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Abungan BTN Haji dan Umroh iB bagi Nasabah Bank BTN Syariah Yogyakarta.

## **B. Saran**

1. Bagi Bank BTN Syariah Yogyakarta, hendaknya selalu memperhatikan ketujuh bauran pemasaran yaitu produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik agar dapat meningkatkan keputusan nasabah untuk mempergunakan produk Tabungan BTN Haji dan Umroh iB.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan masukan.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan pengambilan sampel pada bank atau perusahaan lain sebagai perbandingan dengan hasil penelitian ini, serta dapat meneliti variabel lain, berdasarkan hasil uji determinasi terdapat sebesar 27.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.