

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

1. Faktor yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan layanan Syariah Channelling Outlet adalah pendidikan, lokasi dan aspek syariah. Sementara itu faktor usia, gaji, pengetahuan, produk, harga, promosi, pelayanan, sumber daya manusia dan faktor fisik tidak signifikan atau tidak berpengaruh.
2. Semakin tinggi pendidikan nasabah memiliki peluang yang lebih besar untuk setuju menggunakan layanan Syariah Chaneling Outlet.
3. Lokasi yang memiliki aksesibilitas rendah memiliki peluang yang lebih besar untuk menggunakan layanan Syariah Chaneling Outlet.
4. Nasabah yang mementingkan nilai-nilai syariah memiliki peluang yang lebih kecil menggunakan layanan Syariah Chaneling Outlet.

5.2 Saran

1. Jika manajemen ingin mengefisienkan layanan Syariah Channelling Outlet, maka konsep layanan ini cocok dikembangkan pada lokasi yang tingkat aksesibilitasnya rendah. Konsep ini cocok diterapkan pada cabang-cabang BNI daerah dimana Bank Syariah belum banyak.
2. Manajemen BNI Syariah harus memperjelas target dan segmentasi pemasaran, jika yang ingin diraih adalah nasabah yang mementingkan nilai syariah maka konsep layanan Syariah Channelling Outlet kurang cocok. Tapi jika ingin mengembangkan layanan Syariah Channelling Outlet di bank konvensional sebaiknya value syariah lebih diperhatikan, seperti membuat counter khusus yang terpisah dari counter layanan konvensional. Agar nasabah tidak menjadi bias terhadap konsep layanan syariah.