

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis pada bab IV yang berkaitan dengan korelasi media promosi dengan daya tarik masyarakat Kotabaru Desa Gunung Ulin untuk menabung di perbankan syariah, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Setelah menganalisis dari hasil penelitian yaitu meneliti suatu korelasi antara media promosi periklanan dengan daya tarik masyarakat, yang menggunakan angket kepada masyarakat gunung ulin dan di analisis menggunakan *SPSS Versi 22*, maka hasil dari penelitian ini adalah terdapat korelasi antara media promosi dengan daya tarik masyarakat Kotabaru Desa Gunung Ulin untuk menabung di perbankan syariah. Artinya media promosi khususnya periklanan dengan daya tarik masyarakat memiliki suatu korelasi atau hubungan yang positif.
2. Hasil analisis korelasi antara media promosi periklanan dengan daya tarik masyarakat maka dapat dilihat bahwa kedua koefisien korelasi bernilai 0,515. Nilai tersebut terletak diantara 0,40- 0,599. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel iklan media promosi dan perilaku daya tarik memiliki korelasi yang sedang. Pada hasil analisis ini juga memperlihatkan bahwa nilai $P_{-value} = \text{Sig.} = 0,00$. Karena P_{-value} lebih kecil dari $\alpha = 0,10$. Nilai tersebut didapat dari hasil uji-uji yang menggunakan analisis *SPSS Versi 22*.

B. Saran- saran

Berdasarkan hasil dan analisis dari penelitian ini, peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan masukan dan manfaat. Adapun saran tersebut ditujukan kepada:

1. Bagi Lembaga

Lembaga dalam hal ini adalah lembaga Bank Syariah dan lembaga di masyarakat Desa Gunung Ulin. Lembaga Bank Syariah diharapkan lebih dalam lagi mengayomi masyarakat sehingga masyarakat setidaknya mengetahui apa itu perbankan syariah. Lembaga desa Gunung Ulin setidaknya bekerjasama dengan Lembaga Keuangan Bank Syariah untuk melakukan seminar di desa tersebut yang bertujuan untuk mengenalkan masyarakat apa itu perbankan syariah. Agar semua masyarakat semuanya mengetahui Bank Syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat membuka wawasan yang lebih luas secara teoritis dan praktis, sekiranya peneliti yang selanjutnya dengan menggunakan metode sama dapat mempertimbangkan dan menemukan serta menambah variabel-variabel lainnya. Jika perlu penelitian selanjutnya menambah jumlah kuesioner yang disebarkan atau data yang didapat lebih

banyak untuk diteliti. Sehingga dimungkinkan memberikan kesimpulan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU-BUKU

- A. Karim, Adiwarman. 2011. *Bank Islam Analisis Fiqih dan keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Abdullah, M. Ma'ruf. 2006. *Hukum Perbankan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Al Arief, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta:PT Raja Grafindo.
- Arifin, Zainul. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Penelitian Praktek*. Cet. Ke-3. Jakarta: Rinerka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta; Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Produser Penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta; Rineka Cipta.
- Arsyad, Azhar. 2006. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Asri, Marwan. 1986. *Marketing*. Yogyakarta: Bpfe.
- Azwar, Saifuddin. 2001. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Blackwell, Roger D. Dkk. 2004. *Consumer Behavior*. USA: The Dryden Press.
- Bungin, M. Burhan. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cateora, Philip R. dan Graham, John L. 2005. *Intenational Marketing*. New York: McGrawHill Companies.
- Cravens, David W. 1996. *Strategic Marketing*. Diterjemahkan oleh Lina Salim dengan judul, *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Dwyer, F. Robert dan Tranner, John F. 2001. *Business Marketing: Connecting Strategy Relationship and Learning*. New York, McGraw-Hill Companies.

- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit: Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPFE.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada MediaGroup.
- Jakfar dan Kasmir. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kementrian Agama. 2011. *Al-Qur'an 2 Muka terjemahan Tematik*. Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Prentice hall.
- Mowen, Jhon C. and Miror, Michael. 2001. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Muhamad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN.
- Nailatie M, Nelly. 2008. *The Power of Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Perreaurt, Willian D dan McCarthy, E. Jerome. 2005. *Basic Marketing A Global Managerial Apporch*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Qardawi, Yusuf. 1995. *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, ter. K.H. Didin Hafidhuddin, dkk. Jakarta: Robbani Press.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Statistic Untuk Penelitian*. Bandung; Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. 2007. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sulhan, M dan Siswanto, Ely. 2008. *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah*. Malang: UIN Malang Press.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Cet ke-1. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sumitro, Warkum. 2004. *Asas-Asas Perbankan Syariah dan Lembaga-Lembaga Terkait*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Suryani, Titik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Jakarta: Graha.
- Susanto, Herry dan Umam, Khaerul. tt. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Cv Pustaka setia.
- Swastha, Basu. 1999. *Azaz Azaz Marketing*. Yogyakarta, Liberty Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pamasaran Edisi Ketiga Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Uchjana, Effendy, Onong. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Vrendenberg, J. 1980. *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Winardi. 1991. *Pengantar Manajemen Penjualan*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Ya'kub, Hamzah. 1992. *Kode Etik Dagang Menurut Islam*. Bandung: Diponogoro.

Internet

- Statistik Perbankan Syariah per Desember 2013. Sumber: www.bankndonesia.go.id. Diakses pada sabtu, 26 April 2014 pukul 13.00 Wita.
- <https://herutrimanggala.wordpress.com/2015/11/19/sikap-perilaku-attention-keterkaitan-produk-dan-interest-daya-tarik/> 29 Juni 2016 pukul 03.00 Wita.

Skripsi

- Robbani, Soffa. 2012. *Analisis Pemahaman Nasabah tentang KeSyari'ahan Bank BNI Syari'ah (Study Kasus Pada Bank BNI Syari'ah Godean, Sleman, Yogyakarta)*. Yogyakarta: Tesis program Pasca Sarjana pada Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada.

Saefi, Ahmad. 2015. *pengaruh media promosi terhadap minat masyarakat untuk menabung di perbankan syariah (studi kasus pada bank BNI Syariah kantor cabang ITC-BCD)*. Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah, Tengerang.