

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan, bahwa:

1. Secara simultan (uji F) yang terdiri dari periklanan (X_1), promosi penjualan (X_2), *personal selling* (X_3) dan *public relations* (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelajar menabung tabungan SimPel iB Hasanah. Variabel bebas (periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, *public relation*) ini memberikan kontribusi terhadap variabel terikat (keputusan menabung pelajar) yaitu 48,70%. Sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor lain seperti pengaruh terhadap produk harga, pelayanan, tempat dan lainnya, diluar penelitian ini yaitu sebesar 51,30%. Diantara variabel yang meliputi periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, *public relation*, variabel yang paling berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pelajar menabung tabungan SimPel iB Hasanah adalah variabel *public relation* (X_4). Hal ini didapat dari hasil tertinggi dengan t_{hitung} sebesar 2,177 lebih besar dari t_{tabel} 1,721 dan tingkat signifikansi 0,042 lebih kecil dari 0,05 ini berarti promosi yang dilakukan mampu menarik pelajar menabung tabungan di perbankan syariah.
2. Variabel yang berpengaruh paling dominan adalah variabel *public relations* (X_4) terhadap keputusan pelajar mengambil tabungan SimPel iB Hasanah, karena mereka masih pelajar, lingkungan sekitar sangat

memengaruhi pola pikir mereka, adanya dukungan orang terdekat seperti orangtua, teman, sangat berpengaruh terhadap para pelajar dalam mengambil sebuah keputusan.

3. Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari hasil pembagian angket, wawancara dari pihak pelajar dan juga bank dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh bank BNI KCS Banjarmasin sesuai dengan etika pemasaran ekonomi Islam dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

B. Saran-saran

1. Diharapkan kepada bank BNI KCS Banjarmasin agar tetap mempertahankan dan secara terus menerus meningkatkan kinerjanya, agar nasabah yang loyal tetap terus menggunakan jasa perbankan syariah. Secara parsial dapat diketahui bahwa humas merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi pelajar mengambil tabungan SimPel iB Hasanah sehingga diharapkan bank ini lebih memperhatikan faktor humas yang mereka tawarkan kepada nasabah.
2. Diharapkan bank BNI KCS Banjarmasin lebih melakukan upaya sosialisasi kepada pelajar atau sekolah-sekolah lain yang ada di Banjarmasin. Agar pelajar semakin banyak yang menabung untuk kebutuhan masa depan si anak.

3. Diharapkan kepada Bank BNI KCS Banjarmasin agar lebih meningkatkan faktor-faktor lain selain promosi dan lebih meningkatkan strategi lain untuk menarik pelajar menabung di bank.