

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Merujuk pada hasil temuan penelitian, maka bisa dibuat simpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia sebesar 0,720 (72%).
2. Secara parsial promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia. Promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia sebesar 0,471 (47,1%). Kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia sebesar 0,380 (38%). Variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia adalah promosi.

#### **B. Saran**

Adapun sejumlah saran yang bisa diajukan sehubungan dengan temuan

penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa promosi memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia, oleh sebab itu yang bisa dilakukan adalah terus meningkatkan promosi kepada nasabah dan calon nasabah.
2. Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia, hendaknya menggunakan variabel lain selain promosi dan kepercayaan namun harus tetap mengacu pada teori yang dikemukakan para pakar dan dengan menggunakan sampel yang lebih besar.