

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasanyang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah, yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2.013. nilai t –hitung ini lebih besar dibandingkan nilai t-tabel yang bernilai 1,98552. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Bagi Hasil (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y). Kesimpulan yang sama dapat diperoleh dengan membandingkan nilai signifikansi sebesar 0,047 yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai alpha yaitu 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama (H1) penelitian ini dapat diterima.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 5.062. nilai t-hitung ini lebih besar dibandingkan nilai t-tabel yang bernilai 1.98472. dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikansi terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y). Kesimpulan yang sama dapat diperoleh dengan membandingkan nilai sig. sebesar 0,001 yang lebih kecil dibandingkan

dengan nilai alpha yaitu 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua (H2) penelitian ini diterima.

3. Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah yang menunjukkan bahwa uji statistik secara simulatan menghasilkan nilai F hitung sebesar 24,373. nilai F hitung ini lebih besar dibandingkan dengan nilai F (24,407 > 2,36). Adapun nilai signifikansi yaitu sebesar 0,001 < 0,05. Dengan demikian menunjukkan H3 dalam penelitian ini dapat diterima yang berarti Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan Nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil dalam penelitian skripsi ini, maka peneliti dapat memberikan saran:

1. Untuk variabel Bagi Hasil berdsarkan item dari jawaban nasabah yang terendah maka dapat disarankan agar perusahaan dapat lebih memberikan keleluasan terhadap nasabah dalam opsi untuk besaran Bagi Hasil.
2. Untuk variabel keputusan nasabah berdasarkan item dari jawaban nasabah yang terendah maka dapat disarankan agar Bank memberikan pelatihan untuk karyawannya dalam menawarkan produk Bank yang tepat agar memahami kebutuhan nasabah, menguasai analisis financial, dan menyediakan solusi terbaik untuk nasabah.

3. Untuk Variabel Kualitas Pelayanan berdasarkan item dari jawaban nasabah yang terendah maka dapat disarankan agar perusahaan menawarkan produk bank yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah.
4. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel yang berbeda atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah bank. Sehingga bisa mengidentifikasi lebih banyak lagi variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, A. G. (2007). Perbankan Syariah di Indonesia. Yogyakarta: UGM Press. hal.60-64
- Antonio. (1992). dan Bagaimana BANK ISLAM . Yogyakarta: Veresia Grafika.hal.111-118
- Antonio, Muhammad Syafi'i, Perwataatmadja, & Karnaen. (1992). Apa dan Bagaimana Bank Islam. Yogyakarta: Veresia Grafika.hal.121
- Arifin, Z. (2000). Memahami Bank Syariah. Jakarta: PT Alfabet.hal.80
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. hal.15-20
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Bada Penerbit Universitas Diponegoro.hal.70-72
- Gitosudarmo, I. (2000). Manajemen Pemasaran Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.hal.43
- Hasan, A. (2010). Marketing Bank Syariah. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Illi, M. (2002). Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan. Yogyakarta: UII Press.hal.50
- Iqbal, Zamir, Greuning, & Henni Van . (2011). Risk Analisis For Islamic Banks. Jakarta: Salemba Empat.hal.65-66
- Karim, & Adiwarmen A. (2013). Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2012). Dasar-Dasar Perbankan Edisi Revisi . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.hal.312
- Laksana, F. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad. (2009). Metodologi Ekonomi Islam. Jakarta: Rajawali Press.hal.
- Nitisusastro, M. (2009). Perilaku Konsumen daam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Parasuaraman et, a. S. (1998). A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. Jurnal Of Retailing, hal.64.
- Sri, N. (2009). Akuntansi Syariah di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.

- Sri, N. (2014). Akuntansi Syariah di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Syafi'i, A. (2001). Bank Syariah dan Praktek. Jakarta: Gema Insana.hal.20-23
- Tjiptono, F., & Gregorius Chandra. (2005). Service, Quality, dan Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiroso. (2005). Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wiroso. (2013). Prinsip Dasar Perbankan Syariah. Jakarta: IAI.
- Zeithaml, VA,A., & Parasuraman and Leonard L.Berry. (1990). The Nature and Determinant of Customer Expectiations of Service . Press New York.
- www.bankkalsel.co.id
- J. Joseph Cronin,, jr. and Steven A. Taylor, Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension, 2012.
- Michael Belch, Introduction to Advertising and Promotion : an Integrated Marketing CommunicationPerspective, 2006.
- Rajeev batra & Kevin Lane Keller, Integrating Marketing Communications : NewFindings, New Lessons, and New Ideas. 2016.
- Renaud VDV, Building Strong Brands in a Modern Marketing Communications Environment, 2009