

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu menurut perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat perbandingan minat nasabah terhadap produk mitra iqra dengan mitra mabrur yang berbanding signifikan. Berdasarkan dilihat dari indikator minat ialah ketertarikan, perhatian dan kebutuhan, dengan analisis 2 independent sampel dengan *type Mann Whitney*. Hasil dari perhitungan indikator ketertarikan dilihat dari nilai  $0,158 > 0,05$ , artinya dalam indikator tersebut terdapat tidak ada perbedaan. Adapun indikator perhatian dilihat dari nilai signifikansinya yaitu  $0,175 > 0,05$  maka tidak ada perbedaan. Sedangkan indikator kebutuhan dengan nilai signifikannya  $0,020 < 0,05$  artinya dalam indikator ini terdapat perbedaan. Dari tiga indikator tersebut dua di antaranya adalah terdapat perbedaan dan satu tidak ada perbedaan atau sama.

#### **B. Saran**

Sebagai penutup skripsi ini, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan kepada pihak AJB Bumiputera Syariah cabang Banjarmasin agar selalu meningkatkan dalam memasarkan produk-produknya. Produk mitra iqra maupun produk mitra mabrur, khususnya pada produk mitra mabrur, agen atau supervisor menawarkan atau

mempromosikan jangan hanya terfokus pada orang kaya-kaya saja karena melihat dari hasil analisis kebanyakan dari pemegang polis (nasabah ) mitra mabrur adalah orang kaya. Rata-rata premi mereka adalah diatas rata-rata.

2. Untuk peneliti selanjutnya masih ada kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian mengenai produk Mitra Mabrur kerjasama dengan kemenag pada bagian haji, sehingga apabila terdaftar pada produk Mitra Mabrur otomatis terdaftar sebagai calon haji.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Ali, AM. Hasan *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis, dan Praktis*, Jakarta : Prenada, 1999
- Antonio, M. Safi'i. *Prinsip Dasar Operasional Asuransi Takaful*, Jakarta: , Gema Insani , 1994.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, malang: UIN-Maliki Press, 2011
- Attimore, Dani et al. *Publis relation the profession and the practice*, Newyork : The Me Graw hill companies, 2004
- Assauri, Sofyan *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, Edisi Pertama. Cetakan Kedua, Yogyakarta: AMP YKPN, 1989
- Anwari, Sukardi dan Anwari, *Manfaat Menabung dalam Tabanas dan Taska*, Jakarta:Balai Askara, 1984
- Amrin, Abdullah *Asuransi Syari'ah*, Jakarta: Gramedia, 2006
- Amir, M Taufik *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Quran dan Terjemah* Jakarta: Pustaka Al-Kaustar, 2009.
- Djamarah, Syaiful Bahri *Psikologi Belajar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Dwyer, F. Robert and John F. Tanner, *Business Marketing: Connecting Strategy Relationships and Learning 2<sup>nd</sup> edition*, New York: McGraw-hill, 2002.
- Hamidi, M. Lutfi Hamidi, *Jejak-jejak Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga 2008
- Kotler, Philip *Dasar-Dasar Manajemen*, Edisi Keenam, Jakarta: Erlangga, 1996
- Kotler, Philip Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta Erlangga, 2008

- kartini, *Teori kepribadian*, Bandung: Alumni, 1980
- Mustaqim, Nurul Minat Mengikuti Ekstrakurikuler BolaVoli Siswa-Siswi Mts Assalafi Kenteng Kecamatan Susukan Kab. Semarang, Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2002
- Muhaimin, *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani Terhadap Hasil Belajar Pendidikan Jasmani*, Semarang: IKIP, 1994
- Marhijanto, Bambang *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Masa Kini*, Surabaya: Terbit Terang, 1999
- Rahman, Saleh Abdul dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Penada Media, 2004
- Syah, Muhibbin *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offet, 2004
- Simamora, Bilson *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Suma, Amin *Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional*, Tangerang: Kholam Publishing, 2006
- Soemitra, Andri *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, yogyakarta: Andi, 2005
- Suharto, Puguh *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : pendekatan filosofi dan praktis*, Jakarta: PT. Indeks, 2009
- S, William J. *Prinsip Pemasaran*, Jilid I , Jakarta: Erlangga, 1985
- Tjiptono, *Strategi Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2002
- Tjiptono, Fandy *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Kesatu, Yogyakarta: Andi, 2002
- Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka, 1997
- W, Lamb, Charles Joseph F Hair, *Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2001

William, Fandy O. Bearden, et al, *Marketing, Princiiples and Perspektives fourth edition* New York: McGraw-Hill, 2004

**B. Internet**

[http://eprints.walisongo.ac.id/947/3/102503099\\_Bab2.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/947/3/102503099_Bab2.pdf) , diakses pada 29/09/2015, 11:25

<https://arihdyacaesar.wordpress.com/2010/01/13/resume-minat-konsep-indikator-pengukuran/> diakses pada 12:19 WITA, 09/09/1015

Betti Miswati, *Kebutuhan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, <http://sabenggo1.blogspot.co.id/2015/03/kebutuhan-dan-faktor-faktor-yang.html>, diakses 22/11/2015 pada 01:12 WITA

<http://idr.iain-antasari.ac.id/692/1/LILAH%20I%2C%20II%20%26%20III.pdf>, diakses pada 29/09/2015, 3:15 WITA

<http://id.wikipedia.org/wiki/Produk> (diakses tanggal 26 februari jam 3:44)