

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank BNI Syariah cabang Semarang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,456, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($0,456 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($sig < 0,05$).
2. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank BNI Syariah cabang Semarang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,681, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($0,681 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($sig < 0,05$).
3. Nisbah Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank BNI Syariah cabang Semarang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,617, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8,304 > 1,984$), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($sig < 0,05$).

4. Agama, Produk dan Nisbah Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank BNI Syariah cabang Semarang. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $>$ F tabel ($54,907 > 2,700$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$).

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Bank BNI Syariah cabang Semarang
 - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel agama memiliki tingkat pengaruh signifikansi paling rendah dari responden, oleh karena itu Kepala Bank BNI Syariah cabang Semarang disarankan untuk meningkatkan diskusi tentang Bank BNI Syariah kepada semua kalangan masyarakat, seperti: mendiskusikan kepada calon nasabah muslim maupun non muslim tentang pengetahuan prinsip-prinsip syariah yang ada tanpa mempengaruhi kepercayaan agama calon nasabah.
 - b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel produk akan mempengaruhi tingkat keputusan nasabah memilih Bank BNI Syariah, oleh karena itu untuk Bank BNI Syariah cabang Semarang disarankan untuk melakukan pengenalan produk secara promosi dan pengenalan secara langsung kepada calon nasabah maupun nasabah tentang produk dan jasa yang

ditawarkan, menawarkan secara langsung tentang produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan calon nasabah maupun nasabah BNI Syariah, melakukan pengenalan fitur-fitur pada setiap pembiayaan dan transaksi setiap produknya.

- c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif pada tingkat keputusan nasabah memilih Bank BNI Syariah, oleh karena itu Kepala Bank BNI Syariah cabang Semarang disarankan untuk mengelola pendapatan keuntungan bank dan nasabah yang diperoleh sesuai kesepakatan yang ada, melakukan kesepakatan *profit sharing* yang sesuai dengan keinginan nasabah, selalu memperhatikan setiap kenaikan atau penurunan nisbah bagi hasil setiap periode nya, dan memperdalam diskusi kepada nasabah dan calon nasabah tentang pemahaman nisbah bagi hasil.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya agar lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa perbankan syariah khususnya Bank BNI Syariah cabang Semarang mengenai faktor agama, produk dan nisbah bagi hasil. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan nasabah memilih bank syariah, misalnya metode wawancara mendalam terhadap karyawan, atau mengambil sampel tidak hanya produk tabungan melainkan pada depositonya atau

perputaran kredit di perbankan syariah pada era saat ini, sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.



DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, Ananggadipa, Andisa Rahmi Maulina dan Eka Agustianingsih. 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (mahasiswa) Menabung Pada Bank Syariah*. Salatiga
- Chotimah, Chusnul. 2014. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*. Surakarta:Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Daulay, Raihanah. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di kota Medan*. Jurnal Manajemen & Bisnis Vol 10 NO. 01 APRIL 2010 ISSN 1693-7619
- Detha, Zainul, dan Wilopo. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Muamalat Cabang Malang*. Jawa Timur: Malang.
- Engel, Blacwell, Miniard.1994. *Costumer Behavior*. dalam bahasa Indonesia : Binarupa Aksara.
- Fauzi, Yayan. 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah*. Yogyakarta
- Gaffar, Achmad Almuhrum. *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah. (Studi Kasus Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Makasar)*. Makasar: Universitas Hasanudin.
- Ghozali. (2010:4). *Analisis Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Di Malang*. Malang.

- Hidayat, Rachmad and Sabarudin Akhmad. 2015. *The Influence Of Service Quality, Religious Commitment And Trust On The Costumers Satisfaction an Loyalty And Decision To Do Transaction In Mandiri Syari'ah Bank Of Jawa Timur*. Madura:Trujonoyo University.
- Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Ma'arif, Syaiful. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah*. Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Machmudah, Rifa'atul. 2011. *Keualitan Pelayanan dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank CIMB Niaga Syariah Kantor Cabang Semarang* . Semarang
- Nurhayati, Sri. (2009). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Pertiwi, Dita, dan Haroni Doli H. Ritonga. 2012. *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran*. Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol.1 No.1.
- Riduwan dan Akdom. 2007. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik*. cetakan kedua. Bandung : Alfabeta.
- Rosidah, Euis, dkk. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah*. Universitas Siliwangi.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Costumer Behavior. American Marketing Association (AMA)*. Vol.3. Vol.8.

Sulistyo, Rachmad Agung. 2010. *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah Yogyakarta*. Yogyakarta: Program Sarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. (<http://id.scribd.com/doc/83789862/m-ikrom-Hsb-250939362-Contoh-Skripsi#download> di akses tanggal 23 Oktober 2013)

Utomo, Toni Prasetyo. 2006. *Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih jasa perbankan. Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Malang*. Malang

