

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Produk, harga, distribusi, promosi, orang, bukti fisik dan proses Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar $t_{hitung} 2,717 > t_{tabel} 1,9832$.
2. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar $t_{hitung} 3,211 > t_{tabel} 1,9832$.
3. Distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar $t_{hitung} 5,458 > t_{tabel} 1,9832$.
4. Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar $t_{hitung} 2,342 > t_{tabel} 1,9832$.
5. Orang berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar $t_{hitung} 5,458 > t_{tabel} 1,9832$.

6. Bukti Fisik tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar t_{hitung} $1,230 < t_{tabel} 1,9832$.
7. Proses tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar t_{hitung} $1,871 < t_{tabel} 1,9832$.
8. Variabel Independen (produk, harga, distribusi, promosi, orang, bukti fisik dan proses) terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah). Diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini dapat terlihat dari uji simultan yang menyatakan tingkat F_{tabel} dan F_{hitung} dimana F_{hitung} sebesar 89,948 lebih besar dari F_{tabel} yakni 2,10.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan diatas, maka diajukan saran seperti mengkaji ulang salah satu variabel bauran pemasaran jasa yaitu Bukti Fisik (*Physical Evidence*) seperti menempatkan mesin ATM pada tempat-tempat umum seperti Mall atau tempat pembelanjaan lain nya agar nasabah BSM lebih mudah dalam bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, Detha Fajri dkk. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No. 2 (Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 2013).
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemadaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2012. *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta, 2012.
- Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*. Jurnal, (Surakarta: Program Studi Akuntansi, 2014).
- Erisandi, Titin. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Simpedes Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Kabupaten Enrekang Makassar*. (Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, 2016).
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP, 2005.
- Ghozali, Imam. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006.
- Ghozali, Imam. 2008. *Model Persamaan structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver.5.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008.
- Gusnawati dkk, Reni. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Simpedes Di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO.) Tbk Unit Batang Kapass Cabang Painan*. Jurnal, (Padang: Program Studi Pendidikan Ekonomi, 2014).
- Hadi, Syamsul. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta : Ekonesia, 2006.

- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta, 2010.
- Husein, Umar. 2003. *Metode Riset dan Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta : PT. Ghalia Indonesia, 2003.
- Husein, Umar. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015).
- Kasmir. 2014. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana, 2014.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi ke-13 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga, 2009.
- Kustiningsih, Eka Wundi Lilis. *Variabel-variabel yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Faedah Bank BRI Syariah Cabang Samarinda*. Jurnal, (eJournal Ilmu Administrasi Bisnis Vol. 2 No.2).
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2012. *Perilaku konsumen*. Bandung : PT. Rafika Aditama, 2012.
- Margaretha Chistina Octaviani, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank Mandiri (PERSERO) Di Surabaya*. (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2016).
- Mowen, John. C and Miror, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen* . Jakarta : Erlangga, 2002.
- Ockta Viana Prima Sari, *Pengaruh Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Unmul Untuk Menabung Produk Tabunganku Di Bank Kaltim Kantor Kas Unmul*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vo. 3 No. 2.
- Peter, J. Paul and Olson, Jerry C. 1999. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 1999.
- Sa'adah, Nailus. *Analisis Terhadap Alasan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah BNI Syariah Ditinjau Dari Prespektif Marketing Mix*. Jurnal, (Jakarta: Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2010).

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian* . Bandung : Alfabeta, 2010.
- Sujarwena, Wiratna. 2014. *Metologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru, 2014.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Umar, Husein. 2015. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Zamroni dkk, *Pengaruh Marketing Mix dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus*. Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 4, (Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, 2016).