

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,535 > 1,66388$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka yang artinya secara parsial pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada BMT Insan Mulia Palembang.
2. Variabel Produk terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dilihat dari hasil uji parsial (t) yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,033 > 1,66388$) dengan signifikansi $0,003 < 0,05$ maka yang artinya secara parsial produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada BMT Insan Mulia Palembang.
3. Variabel Religiusitas terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dilihat dari hasil uji parsial (t) yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,667 > 1,66388$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka yang artinya secara parsial religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada BMT Insan Mulia Palembang.
4. Hasil penelitian nilai F_{hitung} sebesar $34,199 > f_{tabel}$ $2,72$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya pengetahuan, produk dan religiusitas

berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada BMT Insan Mulia Palembang.

B. Saran

Berdasarkan atas hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, beberapa masukan perlu disampaikan terkait dengan peningkatan BMT Insan Mulia Palembang agar semakin banyak para konsumen yang bergabung untuk menjadi nasabah BMT Insan Mulia. Saran-saran itu berikut diantaranya:

1. Saran untuk BMT Insan Mulia Palembang

Disarankan pada BMT Insan Mulia untuk selalu bisa meningkatkan promosi, kegiatan koperasi yang erat kaitannya langsung dengan nasabah, melihat perkembangan nasabah secara keseluruhan mengenai pendapatan yang dimiliki dan meningkatkan kinerja para karyawan. Sehingga dengan selalu memperbaiki dan memperbaharui segenap layanan dan juga produk yang ada maka akan mempermudah para calon nasabah yang lain untuk ikut bergabung kedalam lembaga koperasi syariah ini. Dan perlu diketahui bersama sesuai dengan hasil penelitian ini maka sesungguhnya tingkat pengetahuan, produk dan religiusitas nasabahlah yang berpengaruh dalam keputusan para nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada BMT Insan Mulia. Dengan hasil tersebut, maka BMT Insan Mulia harus mempertahankan loyalitas para nasabahnya yang lebih memilih BMT Insan Mulia dikarenakan hasil usaha BMT ini sesuai dengan harapan para nasabah yang menginginkan layanan dan pendapatan yang diharapkan.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.

Bagi para peneliti yang akan datang diharapkan terus memperbaharui dan menambah variabel-variabel yang lebih atraktif lagi dari apa yang telah penulis sekarang hasilkan. Tidak hanya menggunakan variabel pengetahuan saja atau juga hanya dengan menyertakan variabel pengaruh produk, dan pengaruh religiusitas saja. Akan tetapi perbanyaklah variabel yang lebih mendukung seperti pengaruh layanan, tempat atau lokasi, kegiatan-kegiatan BMT atau lembaga keuangan non bank lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok & Suroso. 2001. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Atwal & Husnul Khotimah. 25 Juni 2014. *Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta*.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo.
- As-Syuthi, Imam. 2000. *Tarikh Al-khulafa sejarah para penguasa islam*. Jakarta: Pustaka Al-kautsar.
- Dewi, Gemala dkk. 5 Januari 2018. *Hukum perikatan Di Indonesia*. Depok: Prenadamedia Group.
- Fahmi, Irham. Januari 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Furchan, Arief. 2007. *pengantar penelitian dalam pendidikan*. Surabaya, Pustaka Pelajar.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing bank syariah: cara jitu meningkatkan pertumbuhan pasar bank syariah*. Ghalia Indonesia.
- Huda, Nurul & Mohamad Heykal. Maret 2010. *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan dan Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Huda, Nurul. dkk. Agustus 2016. *Baitul Mal Wa Tamwil*. Jakarta: AMZAH.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2012. *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Imaniyati, Neni Sri. 2 Desember 2010. *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Maal wat Tamwil)*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Juliandi, Azuar & Dewi Andriani. Mei 2019. *Studi Perilaku Konsumen Perbankan Syariah*. Medan: [Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli].
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula. 2008. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Prtama.

- Magfiroh, Sayyidatul. 2018. *Pengaruh Religiulitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswa Darush Shalihah*. [Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 7, Nomor 3].
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Manajemen Sumber daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mardani. 2 Januari 2017. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Muaiz, Syaiful. Juni 2017. *Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Omset Penjualan dan Keuntungan Nasabah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Baitul Maal Wat Tamwil*. [Jurnal, Vol 2].
- Notoatmodjo. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nugroho, Robertus Andy. dkk. 2014. *Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Tabungan Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Semarang Pattimura*.
- Pakkawaru, Irham. Desember 2018. *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung dan Informasi Sebagai Variabel Moderating*. [Bilancia, Vol. 12 No. 2].
- Putribasutami, Cindhy Audina & Sista Paramita. 2018. *Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan dan Sosial terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo*. [Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 3].
- Ramdani, Dani. Desember 2018. *Prinsip Bagi Hasil Dalam Akad Mudharabah Dan Musyarakah Pada Bank Syariah*. [AKTUALITA, Vol.1 No.2].
- Ridwan, Ahmad Hasan. 2013. *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwi*. CV Pustaka Setia.
- Romdhoni, Abdul Haris & Dita Ratnasari. 2018. *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. [Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam].
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shofwa, Yoiz. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwokerto*. [Jurnal Ekonomi Islam, Vol.4].

- Simamora, Bilson. Juni 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sofhian & Sri Nur Ain Suleman. Juni 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Anssurance Cabang Kota Gorontalo*. [Volume 2, Nomor 1].
- Sufitrayati & Fanny Nailufar. September 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syari'ah di Kota Banda Aceh*. [Ihtiyath Vol. 2 No. 1].
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suhardiyanto. 2001. *Pendidikan Religiusitas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sulistiyono, Muhamad Aris. 2016. *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*. D.I. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Taufik & Ali Masjono. *Hubungan Maisir, Gharar Dan Riba dengan Strategi Pembiayaan Berbasis Syariah Di Bank Muamalat Indonesia*. [Jurnal Politeknik Negeri Jakarta].
- Triono, Rachmadi Agus. 2012. *Pegambilan Keputusan Manajerial: Teori Dan Praktik Untuk Manajer dan Akademisi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ubaid, Abu. 2005. *Kitab Al-Anwal dalam Sabahuddin Azmi, Menimbang Ekonomi Islam*. Jakarta: Penerbit Nuansa.
- Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.