

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian yang berjudul faktor emosional dan faktor emosional terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah mandiri cabang Palembang, maka dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor Emosional berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang jika dilihat dari hasil uji T diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,787 yang artinya nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,787 > 1,984$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan hasil koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,680 atau 68% Hal ini dikarenakan kurangnya kesadaran nasabah dalam pentingnya mengedepankan prinsip islam dalam menjauhi larangannya.
2. Faktor Rasional berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang jika dilihat dari hasil uji T diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,427 yang artinya nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,427 > 1,984$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan hasil koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,680 atau 68% Hal ini dikarenakan nasabah lebih mengutamakan keuntungan serta kemudahan apa saja yang nantinya akan didapatkan setelah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang tersebut.

3. Faktor Emosional dan Faktor Rasional juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang jika dilihat dari hasil uji F (Simultan) diperoleh F hitung sebesar 106,019 yang artinya  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $106,019 > 3,09$ ), sedangkan hasil koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,68 atau 68,0%

## **B. Saran**

Berdasarkan pada pembahasan-pembahasan yang telah di uraikan pada penelitian ini maka peneliti memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk semuanya.

### **1. Bagi Lembaga**

- a. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada penelitian ini maka untuk membantu mengembangkan dan memperkenalkan bank syariah nasabah seharusnya lebih mengedepankan pemikiran yang emosional daripada rasional agar dapat tercipta nasabah yang tidak hanya semata-mata memikirkan keuntungan tetapi lebih mementingkan kemaslahatan bersama.
- b. Bagi seluruh karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang lebih giat untuk mensosialisasikan kepada para nasabah tentang pentingnya memahami prinsip-prinsip Islam serta menghindari larangan memakan Riba supaya tercipta nasabah emosional yang lebih mengedepankan akhirat daripada dunia.

## 2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian bagi peneliti yang akan datang. Selain itu diharapkan bagi pihak kampus lebih menambah koleksi referensi baik berupa jurnal maupun buku-buku mengenai faktor emosional dan faktor rasional dalam perbankan syariah.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel maupun objek ini diluar dari yang ada dalam penelitian ini karena diduga masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah memilih Bank Syariah dan masih banyak objek lain yang bisa digunakan sebagai tempat penelitian dengan mempertimbangkan kondisi nyata dilapangan.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti lebih lanjut mengenai masalah yang terdapat dalam penelitian ini secara mendalam. Pendalaman pada penelitian ini akan lebih akurat dan maksimal apabila sampel yang diambil diperluas misalnya dengan menambah periode tahun-tahun yang diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khatib ‘Ajjaj Muhammad, *Usul Fiqh*, Malang: Gaya Media Pratama, 2008.
- Bank Indonesia, Bank Syariah . *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap di Wilayah Sumatera Selatan*.
- Coulter Mary dan P. Robbins Stephen, *Manajemen*, Jakarta: PT Prehallindo, 1998.
- Effendi Usman. *Psikologi Konsumen*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta 2013.
- Fahmi Irham, *Perilaku Konsumen*, Bandung (Alfabeta, cv 2010).
- Ghazali Imam, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2014.
- Hasan Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hasan Ichsan Nurul. *Perbankan Syariah*, Referensi (GP Press Group) Ciputat Mega Mall Blok B/25, 22 & C/15 Ciputat 2014.
- Hendryadi & Suryani, *Metode riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Media Group 2015.
- Iqbal, ”Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan”, diakses pada tanggal 19 Desember 2017.
- Jalaluddin, *Pendidikan Islam: Pendekatan Sistem dan Proses*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Karim A Adiwarmanto, *Bank Islam*, Jakarta:PT RajaGrafindoPersada 2011.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Pt RajaGrafindo Persada, Jakarta 2013.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran jilid 1 dan 2*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2005.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Muti’ah Niswah, “Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan”, diakses pada tanggal 19 Desember 2017.

- Nugroho Eko, *Sistem Informasi Manajemen: Konsep Aplikasi dan Perkembangannya*, Yogyakarta: Adi, 2008.
- Rini Sulistya Endang dan Yeni Absah, “Analisis Penciptaan Loyalitas Melalui Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Rasional, Emosional, dan Spritual Terhadap Kepuasan Nasabah”, diakses pada tanggal 19 Desember 2017.
- Satwiko, *Pengertian Kenyamanan Dalam Suatu Bangunan*, Yogyakarta: Wignjosuebrototo: 2009.
- Siregar Syofian, *Satistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Bumi Aksara 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cv, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: ALFABETA cv, 2008.
- Sunyoto Danang, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service) 2014.
- Sunyoto Danang, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*: Pt. Buku Seru, Jakarta 2013.
- Sunyoto Danang, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*, CAPS (Center of Academic Publishing Service) 2014.
- Sutojo Siswanto, *Kerangka Dasar Pemasaran*, Jakarta: Pustaka Bimahan Pressindo, 1998.
- Tantri Francis. Abdullah Thamrin, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Pt RajaGrafindo Persada 2012.
- Tasunar Nanang, *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodema* (t.t.p.: Jurnal Sains, Pemasaran Indonesia, vol. V, no.1, Mei 2006).
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- Umar Husei, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2014.
- Winardi Widi Endang, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*, Jakarta: Bumi Aksara 2018.
- [www.banksyariahmandiri.co.id](http://www.banksyariahmandiri.co.id), diakses 5 April 2019.
- [www.syariahmandiri.co.id](http://www.syariahmandiri.co.id) di akses pada Tanggal 20 Mei 2019 Pukul: 19:34 WIB