

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Religiusitas, dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah mandiri 16 ilir Palembang. Besarnya pengaruh religiusitas tersebut bahwa setiap kenaikan tingkat religiusitas sebesar satu poin maka keputusan untuk menabung akan mengalami kenaikan. Begitu juga sebaliknya, jika religiusitas mengalami penurunan sebesar satu poin maka keputusan menabung mengalami penurunan.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah mandiri 16 ilir Palembang. Dalam hal ini promosi menjadi patokan bagi keputusan menabung. Promosi lebih dominan sebagai sarana dan juga menjadi patokan bagi keputusan menabung, jika promosi menarik maka banyaknya keputusan menabung semakin meningkat.
3. Variabel Independen Religiusitas, promosi terhadap variabel dependen keputusan menabung. Diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. bukti empiris dan penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa variabel (religiusitas dan promosi) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menabung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut merupakan saran- saran yang dapat peneliti berikan :

1. Meningkatkan konsistensi kegiatan yang berjalan di dalam perbankan, sehingga bank syariah tetap dalam koridor yang sesuai dengan ketentuan syariah, serta keberkahan yang nyata.
2. Dalam peneliti ini, penulis hanya menggunakan dua variabel indikator yaitu religiusitas dan promosi yang secara sama sama berpengaruh positif terhadap keputusan menabung.
3. Bagi para peneliti selanjutnya disarankan agar mengikut sertakan variabel lainnya yang masih relavan dengan penelitian, penelitian ini juga sebatas hanya satu sampel saja yaitu PT. Bank Syariah Mandiri, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya mampu mengambil sampel dari keseluruhan bank umum syariah yang ada di indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok dan Suroso, psikologi islam (jakarta :Erlangga,1992)
- Ancok dan Suroso,Psikologi Islam, (Yogjakarta :Pustaka Belajar,2011)
- Ary Ginajar Agustin, The ESQ way 165
- Bawono, Mengenal Data (Jakarta :Erlangga,2006)
- Bawono Anton. Multivariate Analysis dengan SPSS.(Sidorejo : Slatigga Press,2006)
- Bachari Alma dan Donni Juni, Manajemen Bisnis Syariah (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Dalam Berhubungan Dengan Bank Syariah Di Kota Padang. Jurnal
- Djamaludin Ancok, Fuat Nasshori Suroso, Psikologi Islam. Yogyakarta : Pustaka Pelajar,2008
- Fitri Maisya,” Hubungan Masyarakat, dan keputusan menabung” Wikipedia (jakarta : islamic Conectr, 2015)
- Gita Danupranata, Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah (Jakarta : Salemba Empat,2013)
- Harun Nasution, Akal dan Wahyu dalam islam,Jakarta : UI Press,1986
- Indriyo Gitosudarmo , Manajemen Pemasaran, (Yogjakarta : BPFE,1998)
- Istiqomah, Islamic Economic : Theori and Practise (A Comperative Study,2013)
- J. Paul Peter dan Jerry C. 1999. Olson. Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. (jakarta : Erlangga, 1999)
- Kholtibul Umam, Perbankan Syariah, Dasar-dasar Dan Dinamika Perkembanganya Di indonesia, (Jakarta :Raja Grafido Perseda, 2016)
- Kotler, Philip & Kevin L. Kaller 2012, Marketing Management, 14th Edition, New Jersey :Prentice Hall

Lamb, Charles. W. El al. 2001, Pemasaran. Buku I Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.3, No.1, Januari

Metode Penelitian Bisnis Supardi. (bandung : Alfabeta,2005)

Muchlis, Teori Bagi Hasil (Profit And Loss Sharing) Dan Perbankan Syariah Dalam Ekonomi Syariah

Muhammad Arfan . Prilaku terhadap agama dan Keputusan Menabung. (Bandung : Islamic,2015)

Nanang Martoo, Metode Penelitian Kuantitatif analisis isi dan analisis data skunder (jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010)

Nashori, Fuad & Mucharam, R.D , Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam

Neng, Kamarni. 2012. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat

Noor Imansyah, Hubungan Antar Agama. (jakarta :islamic,2014)

Philip Kolter, Manajemen Pemasaran (jakarta : Erlangga, 2012)

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional , Kamus Umum Bahasa Indonesia (Jakarta : Balai Pusaka, 2005)

Rambat Lupiyodi, A. Hamdani , Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta : Salemba Empat,2006)

Roziq dan Fitri D. Ekonomi dan manajemen 2,(Jakarta : Pustaka Binaman Persindo,2013)

Saifuddin Azwar, metode Penelitian, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar,2014)

Slameto. Hubungan Perbankan Syariah (jakarta 2006)

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. (Bandung : ALFABETA,2014)

Supardi (eds), Paradigma Pendidikan Islam, (Yogyakarta :Pustaka Pelajar,2005)

Sutisna. Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. (Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosdakarya,2002)

Syaikh Abu Bakar Jabir al Jazairi, Tafsir Al-Qur'an AL-AISAR, Jakarta. Gaya Media Pratama,2007

Tabunan dan nasution. Faktor faktor yang mempengaruhi nasabah. (Bandung: Penerbit Pt. Bumi,2013)

Tatik Ernawati, Bisnis Dan Pembangunan .Vol 4, No 1

Thoulees,H.Robert. Pengantar Psikologi Agama , Jakarta: PT raja Grafindo Persada.1995

Tika.2006. Macam Macam Teknik Pengumpulan data.PT.Gramedia Utam, Jakarta

Wahyu Utami dan Mirijati Sagen, Refensi dan Motivasi.(Banjarmasin: penerbit yudy,2015)

Yogianto, Promosi dan kendala Perbankan. (University Islamic Yogyakarta,2015)

Yogiarto. Contoh Teknik Analisis Data. (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2015)