

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat di tarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel produk terhadap minat menabung di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,397 dimana t hitung lebih besar dari pada t table sebesar 1,661. Artinya, semakin baik produk PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap minat masyarakat untuk menabung di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel pendapatan terhadap minat menabung di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,337 dimana t hitung lebih besar dari pada t table sebesar 1,661. Artinya, semakin tinggi pendapatan masyarakat yang maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap minat masyarakat untuk menabung di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
3. Berdasarkan hasil uji regresi secara simultan (uji F) diketahui bahwa produk dan pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung sebesar 6,991 dimana F hitung lebih besar dari pada F tabel sebesar 3,09. Artinya, hubungan antara kedua variabel independen tersebut dapat mempengaruhi minat masyarakat. Sehingga terdapat pengaruh produk dan pendapatan masyarakat terhadap minat

menabung di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan , maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak Bank Syariah Indonesia PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan agar kedepan untuk meningkatkan fitur-fitur yang tersedia dan pelayanan baik dari segi produk maupun jasa. Seperti menyediakan produk yang sesuai dengan perkembangan zaman dan dibutuhkan oleh masyarakat serta yang menawarkan kemudahan pada masyarakat
2. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya dapat menambah beberapa variabel independent lain yang dapat mempengaruhi variabel terkait dan menambah lebih banyak referensi serta menggunakan metode lain dalam mengumpulkan dan mengolah data agar mendapat hasil yang lebih objektif dengan harapan mendapatkan hasil temuan baru yang dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam hal mengenai bank Syariah.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perbankan syariah dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton, M. M. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arifin. (2005). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Aswad, A., & Patimbangi, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)*, 1(1), 1–11.
- Basuki, A. T. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian & Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fandy, T. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta : Andy.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 828–838.
- Hesti, R. K. (2013). *Sistem Informasi Perbankan Syariah*. Banten: UIN Jakarta Press.
- Kemendikbud. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati. (2016). Analisis Persepsi Dan Preferensi Nasabah Muslim Dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Di Provinsi Diy. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 2(2), 251.
- Lupiyoadi, & Rambat. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi ke-3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Magister*

Akuntansi, 4(2), 1–8.

Marimin, A. (2014). Baitul Maal Sebagai Lembaga Keuangan Islam Dalam Memperlancar Aktivitas Perekonomian. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 14(02),

Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Nurfitriani, H. U. dan. (2021). PENGARUH PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP POLEWALI. *Banco*, 3.

Nurlaila Hanum. (2017). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang*. 1(1), 72–86.

Roni, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1). <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/16812>

Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.

Sukardi dan Anwari. (2010). *Manfaat Menabung dalam Tabanas dan Taska*. Jakarta: Balai Aksara.

Wahab, R. S. dan M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.

William, S. (2012). *Prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga Group.

Y. Rahmat AkbaR dan Mohd. Ario Wahdi. (2019). PEMASARAN TERINTEGRASI UNTUK MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH. *Islamika*, 2(2), 82–97.

Yuliatin, Y. (2020). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Anggota di KBMT Al Ikhlah Lumajang. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 107.