

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh promosi dan lokasi bank syariah terhadap minat santri musthafawiyah untuk menjadi nasabah bank syariah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi (*promotion* dan lokasi (*place*) secara parsial berpengaruh positif terhadap minat santri musthafawiyah untuk menjadi nasabah bank syariah dengan nilai  $t$  hitung untuk variabel promosi adalah sebesar  $3.991 > 1,665$  dengan signifikan  $0,010 < 0,05\%$ . Sedangkan lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap minat santri musthafawiyah untuk menjadi nasabah bank syariah dengan nilai  $t$  hitung untuk variabel lokasi adalah sebesar  $2.901 > 1,664$  dengan signifikan  $0,010 < 0,05\%$
2. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel promosi (*promotion* dan lokasi (*place*) berpengaruh terhadap minat santri musthafawiyah untuk menjadi nasabah bank syariah dengan nilai  $f$  hitung ( $38.263$ ) lebih besar dari  $f$  tabel ( $3.089$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (promosi dan lokasi) terhadap variabel terikat (Minat santri).
3. Variabel yang paling berpengaruh secara dominan terhadap minat santri musthafawiyah untuk menjadi nasabah bank syariah adalah promosi dengan nilai  $t$  hitung untuk variabel promosi adalah sebesar  $3.991 > 1,665$  dengan signifikan  $0,010 < 0,05\%$ .

#### B. Saran

1. Bagi pihak bank
  - a. Bagi pihak bank agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat santri musthafawiyah untuk menjadi nasabah bank syariah dengan tujuan supaya nasabah meningkat setiap waktu.
  - b. Kejujuran dan kepercayaan antara bank dan nasabah harus lebih ditingkatkan agar terhindar dari unsur penipuan (*gharar*) yang tidak

diinginkan yang menyebabkan kemafsadatannya lebih banyak dari pada kemaslahatannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini tiga variabel. Oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan minat santri musthafawiyah untuk menjadi nasabah bank syariah. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang minat santri musthafawiyah untuk menjadi nasabah bank syariah.
- b. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 100 orang. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan, sehingga akan mendekati gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya.
- c. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya menggunakan jenis lokasi yang berbeda dan penambahan indikator.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Hamdani, L. R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Abdul Nasser Hasibuan. (2020). *Audit Bank Syariah*. Kencana.
- Al-Albani, M. N. (2004). *Shahih Sunan Tirmidzi*. Pustaka Azzam.
- Ali Muhayatsyah, I. (2020). *Keputusan Mahasiswa Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Memilih Jurusan Baru*. AA. Rizky.
- Alimin, M. (2004). *Etika dan Perlindungan Nasabah dalam Ekonomi Islam*. BPFE.
- Anang Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktik)*. Qiara Media.
- Anwar, S. (2007). *Hukum Perjanjian Syariah*. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2003). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Azwar, S. (1998). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Daryanto. (2001). *Manajemen Pemasaran*. PT. Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera.
- Donni Juni Priansa, B. A. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Alfabeta.
- Ghazali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2002). *Manajemen Keuangan*. BPFE.
- Hilman, I. (2003). *Perbankan Syariah Masa Depan*. Senayan.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Kencana.
- Marhari, O. Y. (2012). *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*. Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad.
- Martono, N. (2014). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder, Ed. *Review of Islamic Education*, 4, 99.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, :PT Bumi Aksara.
- Mustag, A. (2001). *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*. Asy Syaamil Press & Grafika.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Priyatno, D. (2009). *5 Jam Belajar Olah data Dengan SPSS*. Andi Offset.
- Purnomo Setiady Akbar, H. U. (2009). *Pengantar Statistika*. Bumi Aksara.
- RI, D. A. (2013). *Al-qur'an Hapalan*. Al-Qur'an Hafalan.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta.

- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan*. Penerbit ANDI.
- Sunyono, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* (pp. 161–163). CAPS.
- Vito, N. A. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Wangsawidjaja, A. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah, Jakarta: Pustaka Utama*.
- Wilardjo, S. B. (2005). Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Unimus*, 2(1).

