

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pertama ditemukan bahwa Persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat masyarakat atas bank syariah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Gorontalo
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial kedua ditemukan bahwa Keyakinan dan sikap karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat masyarakat atas bank syariah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Gorontalo
3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial ketiga ditemukan bahwa Harga dalam pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat masyarakat atas bank syariah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Gorontalo
4. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial keempat ditemukan bahwa Distribusi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat masyarakat atas bank syariah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Gorontalo
5. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan ditemukan bahwa variabel bebas (Persepsi nasabah (X1), Keyakinan dan sikap

6. karyawan (X2), Harga dalam pelayanan (X3), dan Distribusi (X4)) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Minat masyarakat atas bank syariah) Bank Muamalat Kantor Cabang Gorontalo. koefisien determinasi atau angka *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,373. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 37,3% variabilitas Minat masyarakat atas bank syariah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Gorontalo dapat dijelaskan oleh Persepsi nasabah (X1), Keyakinan dan sikap karyawan (X2), Harga dalam pelayanan (X3), dan Distribusi (X4). Sedangkan sisanya sebesar 62,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel lain seperti kualitas produk syariah, promosi, kualitas pelayanan, pengetahuan nasabah serta sistem bagi hasil.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya Bank Muamalat aktif dalam melakukan pengenalan dan sosialisasi serta promosi yang baik serta turut dalam kegiatan CSR yang ada di Gorontalo sehingga dengan hal ini maka akan memberikan feedback positif dari masyarakat.
2. Pentingnya pegawai untuk memelihara sikap dan keyakinan serta komitmen organisasi sehingga pelayanan akan menjadi maksimal.

3. Bagi manajemen Bank Muamalat sebaiknya memperhatikan tingkat harga atau biaya dalam pelayanan agar nasabah tidak lebih tertarik dengan bank konvensional dengan biaya administrasi yang lebih murah.
4. Perlunya berbagai upaya pengembangan perusahaan terutama dengan membangun lebih banyak kantor Cabang pembantu agar lebih dekat dengan masyarakat sehingga bank muamalat akan menjadi bank yang tidak hanya sebagai bank alternatif bagi masyarakat
5. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan apa yang ada dalam penelitian ini dengan menambahkan variabel berupa variabel dummy ataupun dengan merubah konstruk variabel bebas serta dengan inovasi pada analisis yang digunakan dalam penelitian

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'anul Karim dan terjemahannya

Abhimanta, Anangadipa. dkk. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*. Jurnal Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil). Vol. 5. Hal 170-177.

Andespa, Roni. 2017. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*. Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan. Vol.2. No.1. Hal 44-57

Arikunto, Suarsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta

Asrah, ST Puspita. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di BNI Syariah Cabang Makassar*. Skripsi, Makassar: Universitas Hasanudin.

Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta

Chambali, Mochamad. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Sukuk Melalui Agen Bank Syariah*. Skripsi, Semarang: Program Sarjana Fakultas Syariah.

Gibtiah. 2016. *Fikih Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Ikit. 2015. *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Ismail. 2015. *Akuntansi Bank : Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid II Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.

Kusuma, Rizal Wahyu. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol.4. No.12. Hal 1-17.

Muchtar, Bustari. dkk. 2016. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Kencana.
Noor, Juliansyah. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta : Kharisma Putra Utama.

Pratiwi, Ayoe Niken. 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah*. Skripsi, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Rachman, Fajrur. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Dan Bank Umum Konvensional (Studi Di Surakarta 2014)*. Naskah Publikasi

Rusydiana, Aam Slamet. 2016. *Analisis Masalah Pengembangan Perbank Syariah di Indonesia : Aplikasi Metode Analytic Network Process*.
Jurnal Bisni dan Manajemen. Vol.6. Hal 237-246.

Sjahdeini, Sutan Remy. 1999. *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama. Grafiti.

Soemitra, Andri. 2015. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta; Prenadamedia Group.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Utomo, Tri Prasetyo. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan

Widyastuti, Widyawati dan Juliana. 2004. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi*. Simposium Nasional Akuntansi VII.

Yupitri, Evi dan Sari, Raina Linda. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol. 1.No.1. Hal. 46-60.

Rahmawaty, Anita. 2014. *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'ah Semarang*. *Jurnal ADDIN*, Vol. 8, No. 1, Februari

Margaretha, Yolla. 2011. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Beli Pada Program Magister Manajemen Universitas Kristen Maranatha*. *Jurnal*

dalam Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 (Semantik 2011) ISBN 979-26-0255-0

- Siddik, M. 2017. Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap minat nasabah pedagang UMKM dalam pembiayaan Murabahah BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. *Skripsi* UIN raden Fattah Palembang.
- Astuti, Tri dan Rr. Indah Mustikawati. 2013. Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal / Volume li Nomor I*.
- Laksana, Giga Bawa; Endang Siti Astuti dan Rizki Yudhi Dewantara. 2015. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 26 No. 2*.
- Owusu Alfred. 2013. *Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.5, No.1, 2013
- Ivana Hustić dan Iva Gregurec. 2015. *The influence of price on customer's purchase decision. Jurnal of Central European Conference on Information and Intelligent Systems*
- Djharuddin, Dharmawaty. 2015. Pengaruh saluran distribusi terhadap volume Penjualan pada UD. Timur Terang Makassar. *Jurnal Ekonomika STIEM Bongaya Makassar*
- Roviana, Eva. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Harga Atau Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Dalam Membeli Produk Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Bmt Amal Mulia). *Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga*
- Nuary, Ficky. 2010. Implementasi Theory of Planned Behavior Dalam Adopsi E-Commerce Oleh UKM. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas
- Slameto. 2013. Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. Jakarta: Rineka Cipta
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas. Jakarta: PT. Indeks.
- Alfatris, T. D. (2014). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan(Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop(Korea Pop) Album Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop

(CORP) Semarang. Karya Ilmiah. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UDINUS