

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan Ib SiAga KB Syariah KCP Padang.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan Ib SiAga KB Syariah KCP Padang.
2. Tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan Ib SiAga KB Syariah KCP Padang.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan Ib SiAga KB Syariah KCP Padang.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Saran bagi Ib SiAga KB Syariah KCP Padang.

Diharapkan Ib SiAga KB Syariah KCP Padang dapat mempertahankan serta meningkatkan strategi bauran pemasaran seperti yang tertera didalam penelitian ini yaitu product, price, place, promotion secara berkala. Memberikan inovasi terhadap seluruh variabel demi meningkatkan kualitas pelayanan, pada proses pembelian yang dilakukan oleh nasabah sehingga nasabah dapat merasakan kenyamanan saat transaksi pembelian produk. Meningkatkan dan mengoptimalkan promosi dalam memasarkan produk agar lebih banyak lagi peminat untuk melakukan pengajuan pembiayaan di bank. Menampilkan brosur-brosur yang menarik dan memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah guna untuk banyak menarik nasabah baru.

## 2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti lain menambahkan dan mengembangkan variabel atau faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini, dan peneliti selanjutnya diharapkan dapat menghasilkan hasil pembahasan lebih menarik lagi dibandingkan penelitian yang ada dalam penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amirah, Tsabitah Nada, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. “Pengaruh Strategi Pemasaran (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah.” *Jurnal Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2023): 42.
- Andanawari, Anindya Rachma. “PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Stove Syndicate Café Semarang).” *Jurnal Administrasi ...* 5, no. 2 (2018): 1689–99.  
<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1581/1541%0Ahttp://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAKBI/article/view/929%0Afile:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf%0Ahttp://eprints.undip.ac.id/23470/> diakses tanggal 25 juni 2020%0Alib.unn.
- Asiah, Ratu Beryl, and Abdul Manap. “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce S Hopee.” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume* 4, no. 1 (2024): 6753–66.
- Banowati, Audia Indah, Aripin Ahmad, and Nuzul Inas Nabila. “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee Di Bandar Lampung.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 2 (2022): 642–48.
- Daga, R. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Tabunganku Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Sulselbar Kantor Cabang Blopa.” *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 02 (2019): 133–40.
- Fandy, Tjiptono. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan,).Edisi 1*. Yogyakarta: Andy Offset, 2019.
- Kamanda, S V. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Pada ....” *Jurnal As-Said* 2, no. 1 (2022): 1–6.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.

- Kotler, P, and Amstrong. *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management 15 Peason Education.Ins*. London: Pearson Education, 2016.
- Lubis, Darmayanti, Caca Annisa, and Ade Salsabila. “Pengaruh Pelayanan Dan Merek Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Di Bank Sumut Syariah Stabat.” *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1, no. 1 (2022): 19–25.  
<https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/64>.
- Lubis, S D. “Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Muamalat IB Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan,” 2017. <http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/id/eprint/6000>.
- Mahmud, Amir, and Nurmiati. “Marketing Mix: Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Simpeda Pada Bank Sulselbar.” *Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2022): 1–16.
- MAS’ARI, AHMAD, Muhammad Ihsan Hamdy, and Mila Dinda Safira. “Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau.” *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri* 5, no. 2 (2020): 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>.
- Miharta, Kevin Junjung, and Khusnudin. “Pengaruh Reputasi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Muamalat KC Kediri.” *Jurnal Nisbah* 8, no. 1 (2022): 57–65.
- Muhlisoh, Lilis, Kholil Nawawi, and Suyud Arif. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan.” *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking* 1, no. 2 (2020): 130–43.
- Murnilawati, and Hairudinor. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan ‘Andina’ Muara Teweh Kabupaten

- Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah.” *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 8, no. 1 (2019): 1–9.
- Ningsih, Desy Dwi Sulastrya, and M. Ruslianor Maika. “Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 693. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>.
- Nurcholifah, Ita. “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah.” *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies* 4, no. 1 (2014): 73–86.
- Nurlaeli, Ida. “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas.” *Islamadina* 18, no. 2 (2017): 75. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v18i2.1922>.
- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati. “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.” *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking* 1, no. 2 (2020): 144–63.
- Prasastono, Ndaru, Ema Rahmawati, Sri Yulianto, Fajar Pradapa, and Latar Belakang Masalah. “Effect Of Price, Quality Products And Brand Image Purchase Decisions Getuk Pisang ‘Sari Madu’ Kediri.” In *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank Ke-3 (Sendi\_U 3)*, 324–37, 2017.
- Pratiwi, Afrida, Dedi Junaedi, and Agung Prasetyo. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 2, no. 2 (2021): 150–60. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. “Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret.” *Jurnal Sains Manajemen* 7, no. 1 (2021): 1–17.
- Putra, Bayu, and Koko Hermanto. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pt. Bank Ntb Syariah Kcp Lunyuk).” *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1, no. 9 (2022): 1003–14.

<http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>.

- Rachmawati, Rina. "Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan." *Jurnal Kompetensi Teknik* 2, no. 2 (2011): 143–50.
- Sakti, Anggono Raras Tirto, and Linda Maria. "Pengaruh Bauran Pemasaran Harga Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Sinarmentari Indoprima Cabang Kota Bandung)." *Jurnal Indonesia Membangun* 15, no. 2 (2016): 101–20.
- Sari, Cyntia Novita, and Fernaldi Anggadha Ratno. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 8, no. 10 (2020): 312–27.
- Septyadi, Muhammad Abdul Kohar, Mukhayati Salamah, and Siti Nujiyatillah. "Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone : Harga Dan Promosi." *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 301–13.
- Simangunsong, Ridhon, and Morina. "Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik* 1, no. 2 (2021): 131–49. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>.
- Sinaga, Asmawarna, Anjur Perkasa Alam, Muhammad Arfan Harahap, Murni Agustina, and Wirdany. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat." *El-Mail: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 2 (2020): 210–32.
- Suhaidi, Muhammad. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah Perspektif Islamic Marketing Ethics." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 01 (2022): 666–76.
- Sujono, usny Istiqomah, and Febrian Wahyu Wibowo. "Marketing Mix Dan Tingkat Margin Dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Nasabah Bank Syariah." *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 8, no.

1 (2020): 37–51.

Suyitno, and Khijatul Istiadah. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie.” *Ecomant* 5, no. 1 (2018): 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>.

Syarifuddin, Muhammad Arief Firmansyah, Nuraeni Gani, and Muh. Akil Rahman. “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.” *IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 1, no. 2 (2021): 18–36.

TabungaMuhammad Adamn, Produk, Haji Di, P T Bank, and Muhammad Adam. “Pengaruh Promosi , Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat.” *Journal of Comprehensive Islamic Studies (JoCIS)* I, no. 1 (2022): 107–32.

Vildayanti, Rina Ayu. “Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019.” *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 3, no. 2 (2020): 248–72.

Wariki, Grace, Lisbeth Mananeke, and Hendra Tawas. “Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3, no. 2 (2015): 1073–85. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>.

Wasiah, Siti. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Siaga Pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.” *OECONOMICUS Journal of Economics* II, no. 1 (2017): 1–115.