

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Bauran Pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, karyawan, bukti fisik dan proses) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. melalui Uji F didapat nilai Fhitung sebesar 7.499 nilai ini lebih besar dari Ftabel yaitu 2.11 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 2.11, dengan probabilitas 0.000. Karena nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan nasabah atau dapat dikatakan bahwa ketujuh variabel bebas yaitu produk, harga, tempat, promosi, karyawan, bukti fisik dan proses secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
2. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan nasabah berdasarkan indikator – indikator variable bauran pemasaran (X)
 - a. Variabel produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Pada PT Bank

Muamalat Tbk Cabang Kendari. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Variabel Produk menunjukkan nilai thitung dan ttabel, ($2,325 > 1,662$), atau sig dan α ($0,022 < 0,05$). Artinya variabel produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

- b. Variabel harga secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Variabel harga menunjukkan nilai thitung dan ttabel, ($-1,732 > 1,662$), atau sig dan α ($0,087 < 0,05$).
- c. Variabel tempat secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Variabel tempat menunjukkan nilai thitung dan ttabel, ($1,574 < 1,662$), atau sig dan α ($0,119 > 0,05$).
- d. Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Variabel promosi menunjukkan nilai thitung dan ttabel, ($4,170 > 1,662$), atau sig dan α ($0,000 < 0,05$).
- e. Variabel Karyawan secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap keputusan nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Variabel karyawan, menunjukkan nilai thitung dan ttabel, ($2,987 < 1,662$), atau sig dan α ($0,004 > 0,05$).

- f. Variabel Bukti Fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Variabel bukti fisik menunjukkan nilai thitung dan ttabel, ($-3,834 < 1,662$), atau sig dan α ($0,006 > 0,05$).
- g. Variabel Proses secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Variabel Proses menunjukkan nilai thitung dan ttabel, ($2,993 > 1,662$), atau sig dan α ($0,004 < 0,05$).

5.2 Saran

1. Bagi PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari hendaknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang baik serta menetapkan margin keuntungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah agar dapat meningkatkan keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah.
2. Bagi peneliti selanjutnya sekiranya hasil penelitian ini dapat

dijadikan acuan bagi penelitian yang akan datang, dengan diharapkan untuk menambahkan variabel-variabel yang lain karena masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah, sehingga jangkauan untuk penelitian tentang perbankan syariah dapat berkembang dan melebar luas.

3. Hendaknya Skripsi ini dapat dijadikan pedoman atau acuan dalam hal pengaruh Pemahaman syariah dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah agar penerapannya nanti dapat berjalan dengan baik lagi.
4. Bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian terkait dengan pengaruh Bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah agar dapat menjadikan skripsi ini sebagai reverensi dalam penelitiannya.

