

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variable iklan islami (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syari'ah cabang Semarang. Terlihat t hitung (6,452) > t tabel (1,984) yang berarti iklan islami mempengaruhi keputusan nasabah menabung di BRI Syari'ah cabang Semarang.
2. Hasil uji regresi pada variable iklan islami terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syari'ah cabang Semarang didapat persamaan regresi $Y = 7,738 + 0,513 X$. Yang artinya variable keputusan nasabah menabung (Y) akan mempunyai nilai persamaan regresi sebesar 7,738 jika variable iklan islami (X) bernilai nol, dan jika nilai X dimasukkan maka nilai persamaan regresipun akan berubah sesuai dengan besar kecilnya nilai X
3. Keputusan menabung nasabah dipengaruhi oleh variable iklan islami sebesar 20,1% sedang yang 79,9% sisanya dipengaruhi variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lain yang mungkin ikut mempengaruhi keputusan nasabah menabung di BRI Syari'ah cabang Semarang.
2. Di harapkan manajemen BRI syari'ah lebih meningkatkan promosi melalui iklan diberbagai media komunikasi massa. Dengan iklan yang lebih menarik perhatian masyarakat dan tidak melanggar aturan yang berlaku
3. Hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan acuan bagi penelitian lain untuk mengembangkan maupun mengoreksi dan melakukan perbaikan seperlunya

5.3 Penutup

Alhamdulillah atas bimbingan dan petunjuk-Mu penelitian ini dapat terselesaikan. Penulis sadar bahwa apa yang telah dipaparkan dalam karya ilmiah ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dari segi penulisan bahasa maupun isi yang terkandung.

Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis demi kesempurnaan penulisan berikutnya. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca. Amin.