

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Lembaga Keuangan Microfinance.
2. Harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Lembaga Keuangan Microfinance.
3. Motivasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Lembaga Keuangan Microfinance.
4. Keyakinan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Lembaga Keuangan Microfinance.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi BMT As'adiyah Sengkang

Untuk meningkatkan keputusan menabung maka pihak bank sebaiknya mempertahankan motivasi yang ada seperti memberikan pengarahannya kepada nasabah mengenai sikap, persepsi dan keyakinan agar nasabah tetap mau menabung di bank tersebut selain itu meningkatkan pelayanan sehingga kepuasan nasabah meningkat.

2. Bagi Peneliti

Kepada peneliti yang akan datang, dapat mengembangkan penelitian ini dengan wawancara secara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: CV Jejak, 2018.
- Byrne, Barbara M. *Structural Equation Modeling With AMOS: Basic*. 2010.
- Dedi Ismatullah, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014.
- Departemen Agama RI, *Alquran Tajwid dan Terjemahan*, Jakarta: PT Syamil Cipta Media, 2006.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Investasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andy Offset, 2012.
- Febrina Sari, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015.
- George R, Terry, *Prinsip-prinsi Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Irham Fahmi, *Etika bisnin teori, kasus dan solusi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Irma Dwi Arini, Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal dan Margin Keuntungan Terhadap Proses Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah Batang, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.
- Jeni Susyanti, *Operasional Keuangan Syariah*, Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2016.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Manurung, Mandala Pratama Rahardja. *Uang, Perbankan, dan Ekonomi Moneter*, Jakarta. Lembaga Penerbit FEUI, 2014.
- Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa' Tamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2014
- Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Ni'matur Rochmah, Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BMT Madani Sebagai Media Pembiayaan. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya, 2018.

- Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Ristiyanti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Salusu, *Pengambilan Keputusan Stratejik*, Jakarta: PT. Grasindo, 2016.
- Santoso, Singgih, *Statistik Multivariat*, Jakarta: PT Elex Media, 2011.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Solimun, *Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos* Malang: FMIPA Universitas Brawijaya, 2002.
- Sudaryono, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Supranto, Nandan Iimakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis)*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Susilo. *Metode Penelitian*, Jakarta: Salemba Empat. 2015.
- Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Surabaya: Graha Ilmu, 2008.
- Umar, Ahmad & Ahmad Rafique. Islamic Microfinance: The Evidence from Australia. *Humanomics Journal*, Vol. 25 (3): 217-235.
- Wijanto. *Structural Equation Modelling dengan Lisrel 8.8*, Graha Ilmu, Yogyakarta. 2010.
- Wiratna. V Sujarweni, *Metode Penelitian dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.