

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian dan hasil analisis penelitian terhadap 32 responden yaitu nasabah Bank BNI Syariah KCP Ruko Megah Indah Surabaya yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat Pengaruh secara bersama-sama atau simultan dari kedua variabel bebas (promosi dan *profit sharing*) terhadap peningkatan volume tabungan *Mudārabah* nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ruko Megah Indah Surabaya dengan diperoleh taraf signifikansi hitung lebih kecil dari 0,05. Hal ini mempunyai pengertian bahwa apabila dalam mempromosikan produk syariah dengan disertakan promosi pemberian *profit sharing* lebih menguntungkan dari pada bunga bank dan *profit sharing* bank syariah lain maka dapat meningkatkan volume tabungan *Mudārabah* nasabah di BNI Syariah KCP Ruko Megah Indah Surabaya. Dari uraian diatas maka hipotesis pertama tentang faktor promosi dan *profit sharing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume tabungan *Mudārabah* nasabah **terbukti kebenarannya**.
2. Pada pengujian secara partial didapatkan bahwa faktor promosi tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap peningkatan volume tabungan *Mudārabah* nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang

Pembantu Ruko Megah Indah Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi hitung diatas 0.05, artinya bahwa usaha-usaha promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Ruko Megah Indah Surabaya seperti pemberian suvenir dan cinderamata, usaha promosi untuk menginformasikan produk syariah ke masyarakat luas dan pembuatan iklan yang bagus dan menarik ternyata tidak berdampak signifikan dalam meningkatkan volume tabungan *Mudārabah* nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ruko Megah Indah Surabaya.

Sedangkan pengujian secara partial pada pemberian *profit sharing* menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap peningkatan volume tabungan *Mudārabah* nasabah di BNI Syariah KCP Ruko Megah Indah Surabaya, ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi *profit sharing* 0,493 dan nilai signifikansi hitung di bawah 0.05. Artinya bahwa apabila nilai *profit sharing* sebagai bagi hasil usaha yang diberikan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Ruko Mega Indah Surabaya meningkat maka volume tabungan *Mudārabah* nasabah akan meningkat. Dari hasil uraian diatas maka hipotesis kedua tentang faktor promosi dan nilai *profit sharing* secara partial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume tabungan *Mudārabah* nasabah **tidak terbukti kebenarannya**.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka disarankan hal-hal berikut :

1. PT. Bank BNI Syariah KCP Ruko Megah Indah Surabaya dalam usaha mempromosikan produk-produk syariahnya, dalam hal ini produk tabungan *Mudārabah*, misalnya dengan pemasaran secara langsung, melalui surat, telephon, e-mail dan alat penghubung non personal dengan tujuan untuk menginformasikan secara luas ke masyarakat hendaknya disertakan promosi *profit sharing* yang menguntungkan.
2. Adanya pengaruh yang signifikan pada pemberian *profit sharing* terhadap peningkatan volume tabungan *Mudārabah* nasabah sehingga disarankan kepada PT. Bank BNI Syariah KCP Ruko Megah Indah untuk lebih meningkatkan transparansi bagi hasil usaha melalui surat pemberitahuan bagi hasil kepada setiap nasabah.
3. Untuk peneliti selanjutnya, faktor yang mempengaruhi peningkatan volume tabungan *Mudārabah* nsabah masih terbatas pada faktor promosi dan *profit sharing*, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan variabel yang lebih varian lagi.
4. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya responden yang diteliti bukan orang yang sudah menjadi nasabah di PT. Bank BNI Syariah KCP Ruko Megah Indah Surabaya agar jawaban yang disampaikan lebih obyektif.

Tabel R ($\alpha = 5\%$)

df	R	df	R	df	R	df	R
1	0.9511	31	0.2289	56	0.1708	81	0.1421
2	0.8000	32	0.2254	57	0.1693	82	0.1412
3	0.6871	33	0.2220	58	0.1678	83	0.1404
4	0.6084	34	0.2187	59	0.1664	84	0.1396
5	0.5509	35	0.2156	60	0.1650	85	0.1387
6	0.5067	36	0.2126	61	0.1637	86	0.1379
7	0.4716	37	0.2098	62	0.1623	87	0.1371
8	0.4428	38	0.207	63	0.1610	88	0.1364
9	0.4187	39	0.2043	64	0.1598	89	0.1356
10	0.3981	40	0.2018	65	0.1586	90	0.1348
11	0.3802	41	0.1993	66	0.1574	91	0.13410
12	0.3646	42	0.1970	67	0.1562	92	0.13338
13	0.3507	43	0.1947	68	0.1550	93	0.13266
14	0.3383	44	0.1925	69	0.1539	94	0.13195
15	0.3271	45	0.1903	70	0.1528	95	0.13126
16	0.3170	46	0.1883	71	0.1517	96	0.13058
17	0.3077	47	0.1863	72	0.1507	97	0.12990
18	0.2992	48	0.1843	73	0.1497	98	0.12924
19	0.2914	49	0.1825	74	0.1487	99	0.12859
20	0.2841	50	0.1806	75	0.1477	100	0.12795
21	0.2774	46	0.1883	71	0.1517	110	0.12201
22	0.2711	47	0.1863	72	0.1507	120	0.11683
23	0.2653	48	0.1843	73	0.1497	130	0.11226
24	0.2598	49	0.1825	74	0.1487	140	0.10819
25	0.2546	50	0.1806	75	0.1477	150	0.10453
26	0.2497	51	0.1789	76	0.1467	160	0.10121
27	0.2451	52	0.1772	77	0.1457	170	0.09820
28	0.2408	53	0.1755	78	0.1448	180	0.09544
29	0.2366	54	0.1739	79	0.1439	190	0.09289
30	0.2327	55	0.1723	80	0.1430	200	0.09055

Sumber : Singgih Santoso, SPSS Statistik Parametrik, Cet. Ke 2, PT Elex Media Coputindo Jakarta, 2001, hal 390