

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk deposito iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa. Hal ini berarti bahwa promosi sangat berhubungan dengan minat nasabah dalam memilih produk. Berdasarkan harga *koefisien korelasi* sebesar 0,460 antara 0,40 – 0,599 yang menyatakan berhubungan sedang dan nilai signifikansi sebesar 0,002 dimana harga korelasinya bersifat positif, artinya semakin tinggi promosi maka semakin tinggi pula minat nasabah di bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

B. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti berharap kepada penelitian selanjutnya untuk lebih menyempurnakan hasil penelitian ini yang tentunya merujuk pada hasil penelitian yang sudah ada dengan harapan agar penelitian yang dihasilkan nantinya dapat lebih baik.

Peneliti dalam hal ini berusaha memberi saran-saran agar kedepannya penelitian bisa jauh lebih baik.

1. Bagi bank diharapkan dapat meningkatkan kualitas dalam memberikan pembiayaan terhadap nasabah serta kinerja dan layanan pembiayaan Bank BNI Syariah dalam usaha dalam meningkatkan jumlah nasabah.
2. Bagi pendidikan diharapkan memberikan stimulasi melalui perkembangan teori dan praktek perbankan syariah sangatlah mendukung, mengingat perkembangan perbankan syariah di Indonesia sudah berkembang dengan baik. Namun, cara memberikan stimulasi teori dan praktek haruslah disesuaikan dengan kebutuhan seseorang.