BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh promosi, kepercayaan, *brand awareness* dan kelompok acuan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah dengan lokasi penelitian pada jamaah KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank produk tabungan tabungan haji. Menandakan bahwa bank syariah di Tulungagung dan sekitarnya telah menerapkan promosi yang baik kepada para nasabah produk tabungan haji hingga mereka memutuskan untuk memilih produk tabungan haji di suatu bank syariah
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank produk tabungan tabungan haji. Hal ini menandakan bahwa rasa percaya akan mendorong nasabah melakukan keputusan pembelian.
3. *Brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank produk tabungan tabungan haji. Hal ini berarti bank syariah di Tulungagung dan sekitarnya mampu membangun kesadaran merek yang baik di benak konsumen, sehingga memudahkan konsumen memiliki keputusan pembelian produk tabungan haji pada bank syariah.

4. Kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank produk tabungan tabungan haji. Kelompok acuan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam milih produk tabungan haji pada bank syariah. Bahkan pada peneliotian ini kelompok acuan memiiki pengaruh paling besar terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji.
5. Promosi, kepercayaan, *brand awareness* dan kelompok acuan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji pada bank syariah. Dari penelitian ini terlihat empat variable mempengaruhi lebih dari 50%, dan sisanya dipengaruhi variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti mencoba memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Bank Syariah

   Dari hasil penelitian ini disarankan Bank Syariah untuk terus melakukan promosi yang sesuai dan menarik bagi nasabah untuk memberi keputusan pembelian produk, juga menciptakan kepercayaan yang tinggi sehingga dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah. Pihak perbankan hendaknya juga membranding lembaga dengan baik sehingga menjadi bank syariah pilihan utama bagi calon nasabahnya. Melakukan

pendekatan dengan para kelompok acuan yang menonjol seperti tokoh setempat juga sangat penting, mengingat pengaruh kelompok acuan memiliki tingkat signifikan yang tinggi.

2. Bagi KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung

Dari hasil penelitian ini disarankan pihak KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung memberikan informasi dan referensi berbagai produk tabungan haji pada bank syariah sehingga diperoleh keputusan yang sesuai kebutuhan para calon jamaah haji.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi calon jamaah haji sebelum memutuskan untuk memilih produk tabungan haji sehingga para calon nasabah memiliki pertimbangan dan tambahan informasi mengenai produk tabungan haji.

4. Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya akan menjadi lebih baik dengan tidak hanya melakukan penelitian pada satu lembaga, sehingga dapat membandingkan dua lembaga atau lebih dalam penelitiannya dan disarankan mengkaji atau meneliti lebih luas dengan menggunakan variabel yang lebih banyak lagi tentang apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah seperti faktor budaya, faktor lokasi dan faktor kepribadian.