

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara parsial dengan variabel Promosi (X1) menunjukkan nilai  $T_{hitung} 1,580 < 1,991$  serta nilai signifikansi yaitu  $0,118 > 0,05$  artinya Promosi tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan Haji pada PT. Bank CIMB Niaga Syariah cabang kota Banjarmasin. Jadi Promosi didalam Bank CIMB Niaga Syariah cabang kota Banjarmasin tidak menjadi alasan dalam membuka tabungan Haji. Sedangkan hasil pengujian Kepercayaan (X2) menghasilkan nilai  $T_{hitung} 3,561 > T_{tabel} 1,991$  dan Sig. sebesar  $0,01 < 0,05$  maka Kepercayaan menjadi alasan direalisasikannya pembukaan tabungan Haji.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi (X1) dan Kepercayaan (X2) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil pengujian secara simultan atau uji F. diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $8,403 > F_{tabel} 3,11$  dan nilai Sig. sebesar  $0,01 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel Promosi (X1) dan Kepercayaan (X2) secara simultan terhadap Keputusan nasabah membuka tabungan Haji pada PT. Bank CIMB Niaga Syariah cabang kota Banjarmasin.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil dan analisis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan Haji pada PT. Bank CIMB Niaga syariah cabang kota Banjarmasin, oleh sebab itu yang bisa dilakukan adalah terus meningkatkan kepercayaan dikalangan nasabah dan calon nasabah.. Kepada Bank Cimb Niaga juga kedepannya dapat menekankan rasa Kepercayaan dengan cara memberikan sosialisasi dan penanganan langsung kepada calon nasabah.
2. Terkait Promosi PT. Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Kota Banjarmasin bisa melakukan kerjasama dengan pihak lain, Bik itu dengN gen Travel Haji ataupun melibatkan Influencer dalam Promosinya.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah membuka tabungan Haji pada PT. Bank CIMB Niaga syariah cabang kota Banjarmasin, hendaknya menggunakan variabel independent lain, namun harus tetap mengacu pada teori yang dikemukakan para pakar dan menggunakan sampel yang lebih besar.