

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian diatas yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel Etika Pemasaran Islam (X) Terhadap Keputusan Menabung (Y) dalam menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Kapanjen Kabupaten Malang dengan tingkat variabel kedalam kategori sedang. Kemudian berdasarkan dengan hasil analisis data dengan menggunakan uji T dan R^2 diatas, hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara Etika Pemasaran Islam terhadap Keputusan Menabung

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa etika pemasaran islam menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terhadap adanya keputusan menabung di Bank Muamalat Indonesia yang pada kenyataannya dapat dibuktikan didalam hasil uji korelasi dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan dengan hasil penelitian diatas, maka ada beberapa hal yang disarankan antara lain sebagai berikut :

1. Untuk memperoleh hasil yang maksimal perlu adanya peningkatan kinerja didalam kegiatan pemasaran serta pengembangan fasilitas agar minat menabung masyarakat di Bank Muamalat Indonesia di kapanjen jumlahnya terus bertambah
2. Diharapkan pada penelitian yang akan datang jumlah sampel yang digunakan dapat lebih diperbanyak juga lebih diperluas lagi untuk populasi agar data bisa lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- A.M.Sari.Purnama.Ratna.2018.*Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah*.Universitas Ibn Kholdun.Bogor.Al-Infaq 131
- Abdus.S & Muzayyidatul.2021.*Pengaruh Etika Bisnis dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Keputusan Menjadi Nasabah sebagai*
- Abuznaid.S.2012.*Islamic Marketing:Addressing The Muslim Market*.An-Najah Univ.J.Res (Humanties) 26(6).
- Anshari.Syarifuddin.Endang.2010.*Pokok-Pokok Pikiran Tentang Islam dan Umatnya*.CV Pustaka Setia.Bandung
- Antonio.Muhammad.Syafi'i.2001.*Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*.Gema Insani.Jakarta
- Arikunto.Suharsimi.2013.*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.Rineka Cipta.Jakarta
- Ahmad Jamaluddin.2015.*Metode Penelitian Administrasi Publik Teori dan Aplikasi*.Gaya Media.Yogyakarta
- Badroen.Faisal.2017.*Etika Bisnis Dalam Islam*.Cetakan IV..Kencana.Jakarta
- Baidhowi.Mujib.Muhammad.Hotman.Eriyanti. Amalia.Siti.2021. *Analisis Etika Pemasaran Islam Pada Bank Syariah (Studi Pada BPRS Metro Madani Kc.Tulang Bawang Barat)*. Volume 1(2) Hal. 55-64. Institut Agama Islam Negeri Metro. Lampung Indonesia.
- Barnard.Chester I.1968.*The Functions Of The Executive*.Pers Universitas Harvard.Amerika Serikat
- Bertnes.K.2011.*Etika*.Edisi Revisi.Gramedia Pustaka Utama.Jakarta
- Damayanti.Sisca.2016.*Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X.FEB Universitas Trisakti*.Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol.9 No.1
- Daulay.Rahman.Aminah.2021. *Pengaruh Etika Pemasaran Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunkan Produk Perbankan Syariah. IAIN Padangsidimpuan.*

- Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Surabaya
CV. Jaya Sakti 1989
- Efendi, Muhammad. 2019. *Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah*. Universitas Alma Ata. Yogyakarta
- Elysa, Najachah. 2013. *Minat Menabung di Bank Mega Syariah Cabang Semarang*. IAIN Walisongo
- F. Aulia. 2017. *Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS Case Study in BRI Syariah*. *The Journal Of Tauhideconomic I*(1), 35-60
- Fahmi, Irham. 2017. *Etika Bisnis Teori Kasus dan Solusi*. CV. Alfabeta. Bandung
- Fathoni, Anwar, Muhammad. 2018. *Konsep Pemasaran Islam Dalam Perspektif Hukum Islam*. Universitas Pembangunan Nasional. Veteran Jakarta.
- H. Djaslim, Saladin, S. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung. CV. Mandar Maju
- Haq, Bil, Syaka, Mukhlis, M. 2020. *Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Sidogiri Cabang Malang Kota)*. UIN Maulana Malik Ibrahim. Malang
- Hilmiyah, Lutfiatul. 2020. *Analisis Etika Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Transaksi Produk Simpanan Di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya*. UIN Sunan Ampel. Surabaya.
- Karbala, Husein, Ali. 2018. *Pengaruh Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Keuangan Syariah*. Fakultas Ilmu Agama Islam. UII. Yogyakarta.
- Kartajaya, Hermawan, Sula, Syakir, Muhammad. 2006. *Syariah Marketing*. Cetakan III Mizan Pustaka. Bandung
- Khasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. UI Press. Jakarta
- Komaruddin. 1994. *Manajemen Pemasaran Bank*. Kamus Perbankan Jakarta. CV Rajawali. Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. SMTG Desa Putra. Jakarta
- Kurniawan, Amalia, Dhika, Abidin, Zaenal, Muhammad. 2018. *Pengantar Pemasaran Islam*. Penerbit Universitas Darussalam Gontor. Ponorogo.

- Lubis.Rumaitseh.2019.*Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Mudharabah Pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidimpuan*.IAIN Padangsidimpuan.
- M.S.i.S.Pd.Chaniago.Aspizain.Dr.2017.*Teknik Pengambilan Keputusan*.Lentera Ilmu Cendekia.Jakarta Pusat.
- Mahabub.Alom.Shariful.Haque.2011.*Marketing:An Islamic Perspective*.Word Journal Of Social Science Vol.1 No.3
- Mardani.2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia Edisi 1*. Kencana. Jakarta.
- Maulidini.Putri.Firda.2021. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Koperasi Syaria*.UIN Sunan Ampel.Surabaya.
- Nawatmi.Sri.2010.*Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*.Universitas Stikubank.Semarang
- Prastyo.Adi.2020.*Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah,Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening*.FEB.IAIN Salatiga.
- Qardhawi.Yusuf.1997.*Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Pet Zainal Arifin. Gema Insani Press.Jakarta
- Rachmadini.Ghina.2016.*Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Keputusan Dalam Memilih Bank Umum*.FEB UNIBRAW.Malang
- Rahardjo.Dawam.1995.*Etika Bisnis Menghadapi Globalisasi Dalam PJP II*.Prisma
- Rivai.2012.*Islamic Marketing*.PT.Gramedia Pustaka.Jakarta
- Toriquddin.M.2015.*Etika Pemasaran Perspektif Al-Qur'an Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah*.Jurnal Hukum Syariah Vol.7 No.2 166.
- Variabel Intervening (Studi pada BPD Jateng Syariah,BRI Syariah,dan Bank Muamalat) Di Kota Semarang Bisnis :Jurnal dan Manajemen Islam (1)*
- Wahida.Yuana.Della.2018.*Implementasi Etika Pemasaran Islam Pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang*. UIN Maulana Malik Ibrahim. Malang
- Wulandari Pipin.2021.*Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah*.IAIN Palopo.
- Yahya.Ilham.2021.*Etika Pemasaran Islam Dalam Mendukung Minat Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah*.FEBI IAIN Kendari.Sulawesi Tenggara.
- Yuliara.Made.I.2016.*Modul Regresi Berganda*.Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam.Universitas Udayana.Bali

SPS September 2021. website www.ojk.go.id diakses tanggal 10 Desember 2021
pukul 21.17 WIB

<https://malangkab.bps.go.id/indicator/12/196/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-kelompok-umur-hasil-sp2020.html> (diakses tanggal 2
Februari 2022 pukul 21.00 WIB)

<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>. (diakses pada tanggal 22
Januari 2022 pukul 08.00 WIB)



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT