

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada Bank BSI Kota Padang.
2. Religiusitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada Bank BSI Kota Padang.
3. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung pada Bank BSI di Kota Padang.
4. Kepercayaan tidak memediasi hubungan antara religiusitas dan minat menabung pada Bank BSI di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi Bank BSI di Kota Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat menabung masyarakat Kota Padang masih tergolong sedang. Dengan demikian, masih perlu untuk ditingkatkan dimasa yang akan datang menjadi kategori tinggi bahkan mencapai sangat tinggi. Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan minat menabung masyarakat Kota Padang sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepercayaan nasabah. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini

secara empiris telah membuktikan bahwa variabel kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat pada Bank BSI di Kota Padang.

Untuk meningkatkan kepercayaan nasabah bisa dilakukan dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, diantaranya:

1. Bank BSI harus menjaga kerahasiaan informasi pribadi dan keuangan nasabah dengan baik.
2. Bank BSI harus senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada nasabah

Untuk meningkatkan kepercayaan nasabah dapat dilakukan dengan cara meningkatkan religiusitas. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris telah membuktikan bahwa religiusitas dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah Bank BSI di Kota Padang.

Untuk meningkatkan religiusitas nasabah bisa dilakukan dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, diantaranya:

1. Masyarakat Kota Padang harus rutin berdoa dan membaca Al-Qur'an setiap harinya.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Bank BSI di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada Bank lain di daerah lainnya.

Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada Bank lain di daerah-daerah lainnya.

2. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yang mempengaruhi minat menabung yaitu religiusitas dan kepercayaan nasabah, sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi minat menabung seperti reputasi bank dan kualitas pelayanan masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 124 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- A'inina, F. Q., Mardi, & Susanti, S. (2021). The Influence Of Knowledge, Religiosity, And Pocket Money On Students' Interest For Saving In Sharia Commercial Banks. *Current Advanced Research On Sharia Finance And Economic Worldwide (Cashflow)*, 1(1).
- A'inina, F. Q., Mardi, & Susanti, S. (2021). The Influence Of Knowledge, Religiosity, And Pocket Money On Students' Interest For Saving In Sharia Commercial Banks. *Current Advanced Research On Sharia Finance And Economic Worldwide (Cashflow)*, 1(1).
- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2020). Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6). <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0044>
- Aji, D. S., Setyawati, S. M., & Rahab. (2020). Analisis Pengaruh Religiosity, Service Quality Dan Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (Jeba)*, 22(1).
- Amanda, S. M., & Majid,, M. A. (2019). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Dosen Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(2).
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah. *Maqdis :Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 35-49.
- Andraina, G. (2019). Minat Pedagang Pasar Rakyat Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Di Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan. *Jurnal Al-Falah Perbankan Syariah*, 1(1), 24-35.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, edisi revisi VI Cetakan ke 13. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Asyarie, Musa. 1988. *Agama Kebudayaan dan Pembangunan menyongsong Era Industrialisasi*. Yogyakarta: Kalijaga Press.
- Audriene, D. (2021). Penduduk Muslim Terbesar, Tapi Pasar Bank Syariah Masih Mini. *Cnn Indonesia*. Retrieved From <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210103141128-78-588916/Penduduk-Muslimterbesar-Tapi-Pasar-Bank-Syariah-Masih-Mini>
- Aulia, A., & Perdana, M. A. (2022). The Influence Of Religiosity, Trust, Knowledge And Location On People Interest In Saving At Bank Syariah Indonesia Sub-Branch Office Bengkalis. *Indonesia Sub-Branch Office Bengkalis*, 105-114.

- Aziz, N., & Hendrasto, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 03(03).
- Badri, A., & Andri, S. (2017). "Persepsi Masyarakat Kelurahan Bulusidokare Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sunan Ampel Surabaya*, 12(3).
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). *The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Chofifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Program Office Chaneling. *Jurnal Of Finance And Islamic Banking*, 1(1).
- Darmisah, P., & Saiin, S. (2021). Pengaruh Religiositas Terhadapminat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah. *Al-Muqayyad*, 4(1), 25-35.
- Darsono, S. S. (2017). *Masa Depan Keuangan Syariah Indonesia*. Jakarta: Tazkia Publishing Kerjasama Bank Indonesia.
- Elisabeth, A. (2021). Market Share Capai 6,5 Persen, Aset Perbankan Syariah Tembus Rp631,5 Triliun. Retrieved From [Www.Idxchannel.Com: Https://Www.Idxchannel.Com/Banking/Market-Share-Capai-65-Persen-Aset-Perbankan-Syariah-Tembus-Rp6315-Triliun](https://www.idxchannel.com/Banking/Market-Share-Capai-65-Persen-Aset-Perbankan-Syariah-Tembus-Rp6315-Triliun)
- Fariani, E., Riyaldi, M., & Furda, Y. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat. *Al-Ahkam: Jurnal Syari'ah Dan Peradilan Islam*, 12(1), 101–119.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Smart Pls 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gursoy, D., Altinay, L., & Kenebayeva, A. (2017). Religiosity And Entrepreneurship Behaviours. *International Journal Of Hospitality Management*, 87-94.
- Haidari, Balya, M., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh Pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (Juisi)*, 4(1), 10-15.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Rstedt, M. S. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. In Sage Publications, Inc. Doi: [Https://Doi.Org/10.1016/J.Lrp.2013.01.002](https://doi.org/10.1016/J.Lrp.2013.01.002)
- Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Journal Of Comprehensive Islamic Studies (Jocis)*, 1(1).
- Indriantoro, Nur dan Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, CV.

- Iskamto, D., & Yapentra, A. (2018). Tingkat Religiusitas Dan Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru (Religiosity And Trust In Islamic Banking In Pekanbaru City Indonesia). *Eko Dan Bisnis (Riau Economics And Business Review)*, 9(4), 1410-7988.
- Jasin, H., Siti, M., Rambe, M. F., & Siregar, R. B. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank Dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22, 86-102.
- Kartika, C. (2018). Pengaruh Relegiustitas, Trust, Coorporate Image, Dan Sistem Bagi Hasil, Terhadap Customer Behavior Intention Menabung Dan Customer Loyalty Di Bank Syariah Mandiri Jawa Timur. *Jurnal Global*, 2(2).
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jmm17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 5(1), 37-48.
- Kotler, P, Bowen, J, Makens, J, (2003), *Marketing for Hospitalily & Tourism*, 3th Edisi Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen (15th Edition)*. Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, M., & Septiana, E. (2020). Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Japanese Circulation Journal*, 55 - 67.
- Lintang, I., & Hartono, A. (2023, mei 16). Inilah Sejarah BSI, Bank dengan Aset Terbesar tapi Kena Serangan Virus. Retrieved from inilah.com: <https://www.inilah.com/inilah-sejarah-bsi-bank-dengan-aset-terbesar-tapi-kena-serangan-virus>
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi . *Perbanas Journal Of Islamic Economics & Business*, 2(2), 167-177.
- Novianti, A. D., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Dengan Variabel Moderating Persepsi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (Jpak)*, 9(1).
- Prasaranphanich. (2017). *Perilaku Konsumen, Analisis Model Keputusan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

- Pratiwi, D. W., & Ridlwan, A. A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Lcgc, Dan Motivasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Amil Zakat Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 72-81.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1). <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Ramadhani, N. I., Susyanti, J., & Khoirul, M. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi Di Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 8(9), 79-87.
- Ramayulis. 2002. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Rohaeni, H., Hikmah, A. S., & Rahmayani, R. (2018). Be Good Atitude Dalam Berpenampilan Pada Umkm “ Mang Piat ” Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 142–148.
- Sari, E. Y., & Martha, L. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Keunggulan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 71 - 79.
- Sari. (2017). Strategi Promosi Dan Store Interior Pada Industri Ritel. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 183–192.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur Spss) Tuntutan Praktis Dalam Menyusun Skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sefnedi, S., & Yadewani, D. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Religiusitas terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1). <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.149>
- Singh, R. P., & Banerjee, N. (2021). The Mediating Role Of Brand Credibility On Celebrity Credibility In Building Brand Equity And Immutable Customer Relationship. *Iimb Management Review*, 119-132.
- Siregar, D., Daulay, A. H., & Siregar, S. (2021). Increasing Customer's Saving Interest Through Religiosity,. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal)*, 4(1), 918-925.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sulaika, Harahap. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Iskandar Muda. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 1–21.
- Tabrani, M. A. (2018). Trust, Commitment, Customer Intimacy And Customer Loyalty In Islamic Banking Relationships. *International Journal Of Bank Marketing*, 36(5), 823-848.
- Triuspitorini, F. A. (2019). . Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 4(2), 54-69.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. *Proceeding Of Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics*, 2, 170-178.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA)E) Proceeding*, 2.
- Wahyoedia, S., Sudiroa, A., Sunaryoa, S., & Sudjatnoa, S. (2021). The Effect Of Religiosity And Service Quality On Customer Loyalty Of Islamic Banks Mediated By Customer Trust And Satisfaction. *Management Science Letters*, 187–194.
- Widowati, E. P. (2019). Pengaruh Persepsi Nasabah Bri Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bri Kanca Wonosari. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 10(1), 52–64.
- Yasmin, A. A., & Dirbawanto, N. D. (2022). The Effect Of Perception Of Benefits, Ease Of Use, Risk And Trust In Customers' Interest In Using Bni Mobile Banking (Study At Bank Bni 46 Tanjung Balai Branch Office). *Journal Of Humanities, Social Sciences And Business (Jhssb)*, 2(1).
- Yulia Aisyah Wulandari, Rini Kuswati, Nabila Ayu Wijayanti, Yusfina Sekar Qudsiyah, & L. K. A. (2022). The Effect of Altruistic on Green Purchase: Mediated role of Eco-Social Attitudes
- Yoganingsih, M. R. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri - Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (Jiam)*, 16(2), 76–83.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis. *Journal of Consumer Research*, 3(7), 197–206.