

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Dari Hasil *uji one sampel t test*, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -86,716 dan diperoleh nilai  $t_{tabel}$  1,664. Nilai  $t_{hitung}$  (-86,716) < 1,664, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Nilai rata-rata Promosi di Bank Muamalat KCP Parepare yaitu sebesar 79% dari yang diharapkan dan memiliki klasifikasi baik.
- 5.1.2 Dari hasil *uji one sampel t test* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -78,798 dan diperoleh nilai  $t_{tabel}$  1,66. Nilai  $t_{hitung}$  (-78,798) < 1,664, maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Nilai rata-rata Religiusitas di Bank Muamalat KCP Parepare yaitu sebesar 84% dari yang diharapkan dan memiliki klasifikasi sangat baik.
- 5.1.3 Dari hasil *uji one sampel t test* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -78,798 dan diperoleh nilai  $t_{tabel}$  1,664. Nilai  $t_{hitung}$  (-88,528) < 1,664, maka  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak. Nilai rata-rata Keputusan *Customer Switching* di Bank Muamalat KCP Parepare yaitu sebesar 84% dari yang diharapkan dan memiliki klasifikasi yang sangat baik.
- 5.1.4 Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Promosi dengan Keputusan *Customer Switching*. Berdasarkan hasil uji Korelasi nilai *signifikansi (Sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara Promosi ( $X_1$ ) dengan Keputusan *Customer Switching* (Y) dimana nilai *signifikansi*  $0,000 < 0,05$  yang berarti terdapat korelasi yang signifikan, maka dapat disimpulkan

bahwa  $H_4$  diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0,534 atau tingkat korelasinya sedang.

5.1.5 Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Religiusitas dengan Keputusan *Customer Switching*. Berdasarkan hasil uji Korelasi nilai *signifikansi (Sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara Religiusitas ( $X_2$ ) dengan Keputusan *Customer Switching* (Y) dimana nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_5$  diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0,540 atau tingkat korelasinya sedang.

5.1.6 Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Promosi dan Religiusitas. Berdasarkan hasil uji Korelasi nilai *signifikansi (Sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara Promosi ( $X_1$ ) dengan Religiusitas ( $X_2$ ) dimana nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat korelasi signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_6$  diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0,555 atau ada korelasi.

5.1.7 Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Promosi dan Religiusitas secara bersama-sama dengan Keputusan *Customer Switching*. Berdasarkan hasil uji uji Korelasi simultan, nilai *Sig f change* dari tabel korelasi secara simultan dapat diketahui antara Promosi ( $X_1$ ) dan Religiusitas ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan Keputusan *Customer Switching* (Y) dimana nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_7$  diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0,609 atau tingkat korelasinya kuat.

5.1.8 Terdapat pengaruh antara Promosi dan Religiusitas terhadap Keputusan *Customer Switching*. Berdasarkan hasil koefisien regresi Promosi ( $X_1$ ) sebesar 0,309 dan koefisien regresi Religiusitas ( $X_2$ ) 0,314. Jadi variabel Regresi yang paling dominan terhadap Keputusan *Customer Switching*, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,314 dibandingkan dengan variabel Promosi yang nilai koefisiennya hanya sebesar 0,309.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, penulis ingin memberikan saran untuk beberapa pihak terkait yang mungkin dapat berguna. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

### 5.1.1 Pihak Bank Muamalat KCP Parepare:

- a. Diharapkan dapat terus meningkatkan promosi tentang produk-produk bank syariah dengan bahasa yang luas dan mudah dipahami orang awam, menjadi sponsor sebuah acara-acara sosial ataupun kegiatan pertandingan, menjalin hubungan dengan perguruan tinggi, bertransaksi secara langsung kepada masyarakat agar semua masyarakat mengetahui promosi apakah yang sedang dilakukan Bank Muamalat KCP Parepare dan produk-produk apakah yang dimiliki Bank tersebut.
- b. Diharapkan dapat terus meningkatkan religiusitas agar kinerjanya baik. Selain itu juga memberikan apresiasi kepada para nasabah yang telah bertransaksi di Bank Muamalat KCP Parepare.

5.2.2 Bagi akademik dapat memberikan referensi dan tambahan literatur yang dapat dijadikan rujukan bagi mahasiswa, khususnya untuk jenis penelitian mengenai promosi, religiusitas dan keputusan *customer switching* nasabah.

5.2.3 Bagi peneliti yang akan datang diharapkan dapat menjadi sumber pedoman atau rujukan pada peneliti yang akan datang dan diharapkan dapat menambah variabel-variabel yang lain yang berhubungan dengan keputusan *customer switching* nasabah. Sehingga penelitian yang berhubungan dengan keputusan *customer switching* nasabah dapat berkembang luas.

