

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tentang pengaruh promosi instagram terhadap keputusan menabung di bank syariah (Studi pada *followers* @perbankansyariah.id). Maka didapatkan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian kepada 342 *followers* @perbankansyariah.id yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa variabel promosi instagram (X) di bank syariah memiliki kategori sangat baik. Hal tersebut mengacu pada pengklasifikasian dan pengkategorian ditentukan, yang menyatakan bahwa sebanyak 62,86% atau 215 menyatakan bahwa promosi instagram di perbankan syariah dalam kategori sangat baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian kepada 342 *followers* @perbankansyariah.id yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa variabel keputusan menabung (Y) di bank syariah memiliki kategori sangat baik. Hal tersebut mengacu pada pengklasifikasian dan pengkategorian ditentukan, yang menyatakan bahwa sebanyak 174 responden atau 50,87% menyatakan bahwa keputusan menabung di bank syariah memperoleh kategori sangat baik.

3. Berdasarkan hasil data yang diperoleh menunjukkan bahwa didapatkan hasil koefisien korelasi bernilai 0,116, nilai tersebut menjelaskan bahwa korelasi person berada antara 0,00 – 0,199 . Sehingga diperoleh bahwa hubungan antara promosi instagram dengan keputusan menabung yaitu hubungan sangat rendah sedangkan untuk persamaan regresi linier sederhana adalah $Y = 53,240 + 0,151X$. Selanjutnya nilai dari R^2 memiliki nilai 0,013, nilai tersebut berarti bahwa pengaruh variabel promosi instagram (X) terhadap variabel keputusan menabung (Y) adalah sebesar 1,3% dengan sisanya sebesar 98,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Kemudian diperoleh t hitung bernilai 2,147. Selanjutnya dibandingkan antara nilai t tabel yaitu 1,967. Sehingga nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa promosi instagram berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah. Kontribusi dari promosi yang dilakukan pada perbankan syariah sangat kecil, walaupun tingkat menabungnya memiliki kategori sangat baik. Dikarenakan nasabah yang dijadikan responden (*followers @perbankansyariah.id*) memungkinkan menabung di salah satu bank syariah di Indonesia. Misalnya BSI, Bank Muamalat, Bank Mega Syariah, dan bank syariah lainnya.

B. Saran

1. Dengan adanya promosi instagram yang berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah, maka diharapkan bank syariah dapat terus menjaga promosi instagram agar tetap menarik sehingga

para calon nasabah akan memutuskan untuk menabung dan menggunakan produk dari bank syariah.

2. Untuk calon peneliti untuk memperluas penelitian supaya menghasilkan penulisan yang lebih baik, karena penelitian ini hanya tertuju di pengaruh promosi instagram terhadap keputusan menabung di bank syariah (studi pada *followers* @perbankansyariah.id). Peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih spesifik dalam memilih objek penelitian, misalnya menggunakan objek BSI, Bank Muamalat, Bank Mega Syariah, atau bank syariah yang lain. Variabel atau indikator baru perlu ditambahkan dalam penelitian yang akan datang, sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih luas mengenai topik penelitian yang akan diteliti. Misalnya, menambahkan variabel produk, harga atau tempat.