

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh bagi hasil dan biaya promosi terhadap deposito *mudharabah* pada 12 Bank Umum Syariah di Indonesia pada tahun 2014-2018, melalui analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan alat bantu SPSS 25, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap deposito *mudharabah*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar bagi hasil yang diberikan oleh Bank Umum Syariah maka nasabah akan menandatangani uangnya pada Bank tersebut.
2. Biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap deposito *mudharabah*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan oleh Bank Umum Syariah maka nasabah akan tahu keberadaan Bank Umum Syariah tersebut dan akan menandatangani uangnya pada Bank tersebut.

5.2 Rekomendasi

Setelah melakukan pengujian dan menarik kesimpulan dari pengaruh bagi hasil dan biaya promosi terhadap deposito *mudharabah*, maka peneliti mengemukakan beberapa rekomendasi diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Umum Syariah
 - a. Bagi hasil

Masih mendominasinya nasabah *floating* dibandingkan nasabah loyalis membuat bank syariah perlu memperhatikan faktor bagi hasil agar dapat bersaing dengan bank konvensional jika ingin bank syariah dapat terus menunjukkan eksistensinya di tengah masyarakat. Hal ini karena nasabah *floating* memperhatikan bagi hasil saat akan menandatangani uangnya pada suatu bank.

b. Biaya Promosi

Gencarnya promosi yang dilakukan Bank Umum Syariah juga merupakan poin penting agar lebih banyak nasabah yang tahu akan Bank tersebut dan tertarik untuk mendepositokan uangnya pada Bank Umum Syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya bagi hasil dan biaya promosi, sehingga tidak diketahui bagaimana pengaruh variabel independen lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi variabel dependen. Untuk meneliti lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi deposito *mudharabah*, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil variabel independen selain ukuran bagi hasil dan biaya promosi. Hal ini untuk melihat apakah ada faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap variabel dependen, dan untuk membandingkan tingkat keberpengaruhan variabel independen terhadap variabel dependen.