

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan :

1. Produk, pelayanan, dan akses berpengaruh secara simultan terhadap preferensi pedagang pasar sederhana teluk dalam dan pedagang pasar teluk tiram dalam penggunaan produk tabungan di perbankan syariah Banjarmasin. Hasil ini ditunjukkan uji F dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} sebesar 42,179.
2. Hasil uji t (parsial) produk (X1) menunjukkan bahwa berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi pedagang dalam penggunaan produk tabungan di perbankan syariah dengan nilai sig 0,001 yang berarti tingkat signifikannya kurang dari 0,05. Hasil uji t (parsial) pelayanan (X2) menunjukkan bahwa berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi pedagang dalam penggunaan produk tabungan di perbankan syariah dengan nilai sig 0,000 yang berarti tingkat signifikannya kurang dari 0,05. Dan hasil uji t (parsial) akses (X3) menunjukkan bahwa berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi pedagang dalam penggunaan produk

tabungan di perbankan syariah dengan nilai sig 0,000 yang berarti tingkat signifikannya kurang dari 0,05.

3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel akses (X3) yang paling dominan dalam mempengaruhi preferensi pedagang Pasar Sederhana Teluk Dalam dan pedagang Pasar Teluk Tiram dalam penggunaan produk tabungan di perbankan syariah Banjarmasin dengan nilai t_{hitung} 4.945.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Perbankan Syariah,

Dalam segi kualitas pelayanan hendaknya dipertahankan dan ditingkatkan karena pengaruhnya besar terhadap preferensi pedagang dalam menggunakan produk tabungan di perbankan syariah.

Walaupun variabel produk kurang mempengaruhi pedagang atau nasabah dalam memilih produk simpanan, hendaknya perbankan syariah juga tetap memperhatikannya, dan mencari tahu faktor lain yang mempengaruhi pilihan nasabah terhadap produk simpanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya bisa lebih dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang mempengaruhi preferensi pedagang atau nasabah karena faktor produk, pelayanan dan akses sebesar 55,5% sehingga

masih ada faktor variabel lain sebesar 44,5% yang mempengaruhi preferensi pedagang atau nasabah selain variabel yang diteliti.