

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial *Brand Image* (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan menjadi nasabah (Y) bank syariah di kota Banjarmasin dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($5,417 > 1,984$). Pengetahuan (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menjadi nasabah (Y) bank syariah di kota Banjarmasin dengan nilai t-hitung $<$ t-tabel ($1,074 < 1,984$). Religiusitas (X_3) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan menjadi nasabah (Y) bank syariah di kota Banjarmasin dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($7,552 > 1,984$).
2. Secara simultan *Brand Image* (X_1), Pengetahuan (X_2) dan Religiusitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menjadi nasabah (Y) bank syariah di kota Banjarmasin dengan nilai F hitung $>$ F tabel ($106,063 > 2,70$).

Hasil Pengujian Determinasi menunjukkan variabel *Brand Image* (X_1), Pengetahuan (X_2) dan Religiusitas (X_3) dalam mempengaruhi variabel Keputusan menjadi nasabah (Y) bank syariah di kota Banjarmasin dalam penelitian ini sebesar 76,8% dapat disimpulkan sisanya sebesar 23,2%

dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa *Brand Image* dan Religiusitas dapat mempengaruhi Keputusan menjadi nasabah Bank Syariah sedangkan Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Diharapkan Bank Syariah dapat terus mempertahankan *Brand Image* yang sudah dibentuk oleh Nasabah sehingga itu bisa menarik masyarakat lainnya untuk menggunakan Bank Syariah. Dan khususnya bagian identik islaminya dipertahankan dan dikembangkan karena berdasarkan nilai Beta bahwa religiusitas memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu sebesar adalah 0,536. Untuk Pengetahuan bagi bank syariah bisa memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pengetahuan dasar Bank Syariah sehingga masyarakat mengetahui tentang Bank Syariah bahwa berbeda dengan Bank Konvensional sehingga mereka berkeputusan menjadi nasabah bank syariah.
2. Bagi para peneliti selanjutnya penulis berharap penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian di masa yang akan datang dan dapat dikembangkan lebih mendalam lagi. Selain itu peneliti selanjutnya disarankan mengganti variabel atau populasi penelitian, tidak hanya

bepatokan tiga variabel dan populasi di kota Banjarmasin saja, mungkin bisa di kota Banjarbaru dan kota lainnya. Karena berdasarkan hasil uji Determinasi dalam penelitian ini menunjukkan ada 23,2% dari total 100% menyatakan terdapat variabel lain yang terkait dapat menjelaskan Keputusan Menjadi Nasabah yang tidak diteliti penulis dalam penelitian ini. Variabel lain yang dimaksud yaitu promosi, lokasi, produk, motivasi dan lainnya.