

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial, berdasarkan dari hasil uji statistik untuk variabel pengetahuan konsumen dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak yang artinya pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah, Sedangkan Variabel promosi, fasilitas, dan pelayanan dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima yang artinya masing-masing variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah.
2. Secara simultan, variabel pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung maka dapat disimpulkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin meningkatnya pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan yang diberikan oleh bank, maka tingkat minat nasabah akan semakin tinggi pula.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Bank Syariah

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi lembaga perbankan syariah dalam mengambil keputusan untuk menawarkan produknya agar dikenal oleh semua masyarakat khususnya mahasiswa.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan memberikan tambahan referensi pada perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan menambah pengetahuan serta informasi kepada pembaca dan mahasiswa dibidang Ekonomi dan Bisnis Islam yang berkaitan dengan pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan agar bisa dijadikan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan bahan koreksi serta pertimbangan bagi peneliti selanjutnya. Serta peneliti selanjutnya hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Baik itu menggunakan sampel yang lebih besar dan menambah atau menggabungkan variabel-variabel lainnya yang kemungkinan berpengaruh juga terhadap minat menabung di bank syariah.