

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut sebagai berikut:

1. Variabel promosi (X1), layanan (X2), tempat (X3), religiusitas (X4) berpengaruh secara bersama sama atau secara simultan terhadap preferensi pedagang dipasar baru permai untuk menjadi nasabah di bank umum syariah dengan  $F_{hitung}$  sebesar = 4,077 dan dengan  $F_{tabel}$  sebesar 2,483. Artinya nilai  $F_{hitung} = 4,077 > F_{tabel} 2,483$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 <$  dari nilai probabilitas 5% atau 0,05.
2. Uji parsial memiliki beberapa kesimpulan adalah sebagai berikut:
  - a. Analisis regresi koefisien untuk variabel promosi (X1) dengan hasil  $T_{hitung}$  sebesar 1,161 lebih kecil dari  $T_{tabel}$  1,664 dengan tingkat signifikansi 0,249 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap Y.
  - b. Analisis regresi koefisien untuk variabel layanan (X2) memperoleh hasil  $T_{hitung}$  sebesar 0,260 lebih kecil dari  $T_{tabel}$  1,664 dengan tingkat signifikansi 0,796 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel layanan (X2) tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap Y.
  - c. Analisis regresi koefisien untuk variabel tempat (X3) memperoleh hasil  $T_{hitung}$  sebesar 2,404 lebih besar dari  $T_{tabel}$  1,664 dengan tingkat

signifikansi 0,018 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tempat (X3) berpengaruh secara signifikansi terhadap Y.

- d. Analisis regresi koefisien untuk variabel religiusitas (X4) memperoleh hasil  $T_{hitung}$  sebesar 1.819 lebih besar dari  $T_{tabel}$  1,664 dengan tingkat signifikansi 0,073 lebih kecil dari 0,05. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X4) tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap Y.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan dalam penelitian ini, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Umum Syariah sebaiknya lebih meningkatkan dan memperhatikan kualitas kinerjanya. Walaupun variabel promosi dan layanan tidak berpengaruh terhadap preferensi pedagang untuk menjadi nasabah di bank umum syariah. Akan tetapi masih ada faktor lain yang meningkatkan preferensi masyarakat terutama pedagang di pasar baru permai untuk menjadi nasabah di bank umum syariah. Maka dalam hal ini menjadi poin penting untuk pihak bank umum syariah dalam meningkatkan daya tarik masyarakat untuk bank syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya dianjurkan untuk menganalisis lebih dalam lagi dan mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang memengaruhi preferensi pedagang di pasar baru permai karena faktor promosi, layanan, tempat dan religiusitas memberikan pengaruh sebesar 12,5%. Sedangkan 87,5 % dipengaruhi oleh faktor lain.