

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada bab sebelumnya, bisa ditarik kesimpulan antara lain :

1. Secara Simultan bahwa nilai signifikansi untuk promosi (X1), dan Religiusitas (X2) secara simultan terhadap minat masyarakat (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $28,271 > F_{tabel}$ 3,09. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, promosi (X1) dan religiusitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih (Y) Bank Syariah pada masyarakat di desa Berangas Tengah. Hal ini berarti tidak sesuai dengan H_0 dan sesuai dengan H_1 yang artinya H_0 di tolak dan H_1 diterima. Bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif signifikansi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah.
2. Pengaruh promosi secara parsial terhadap minat masyarakat menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh promosi (X1) Terhadap minat memilih bank syariah (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai t_{hitung} $3,775 > t_{tabel}$ 1,985. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat desa berangas dalam memilih bank syariah sehingga dapat disimpulkan hipotesis ini

yang menyatakan dugaan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih bank syariah diterima. Sedangkan pengaruh religiusitas secara parsial terhadap minat memperlihatkan nilai signifikansi untuk pengaruh religiusitas (X_2) terhadap minat masyarakat memilih bank syariah (Y) adalah sebesar $0,477 > 0,05$ dengan $t_{hitung} 0,721 < t_{tabel} 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak memiliki pengaruh yang signifikansi antara religiusitas terhadap minat masyarakat memilih bank syariah sehingga dapat disimpulkan hipotesis ini yang menyatakan diduga religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah ditolak.

B. Saran

1. Meningkatkan promosi terutama pada indikator frekuensi promosi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memperbanyak jenis promosi serta melakukan promosi tidak hanya pada iklan saja, misalnya melakukan promosi dengan menarik masyarakat yaitu dengan cara turun langsung ke masyarakat di daerah desa dan disarankan agar pihak Bank Syariah agar terus memberikan promosi yang menarik dan unik agar masyarakat dapat terus mengetahui bahwa banyak kelebihan-kelebihan yang ada pada bank syariah dan tidak kalah dari bank konvensional lainnya.
2. Meyakinkan masyarakat bahwa bank syariah tidak mengandung unsur riba, dengan harapan religiusitas masyarakat berpengaruh positif terhadap minat memilih bank syariah dan masyarakat dapat lebih mengerti sistem di bank syariah supaya nantinya masyarakat jadi lebih tertarik untuk memilih bank syariah dan yakin bahwa bank syariah jauh

dari unsur riba karena masyarakat memiliki religiusitas yang kuat akan hal itu.

3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas area penelitian agar kemampuan generalisasi hasil penelitian lebih luas. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, sehingga diharapkan kekurangan tersebut dapat digunakan sebagai kajian untuk peneliti berikutnya.