

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) diketahui bahwa Pengetahuan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Pemilihan Produk pada Bank Syariah (Y). Bank Mandiri Syariah di Kotabaru dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($4,852 > 1,984$). Tingkat Pendidikan (X_2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan Produk pada Bank Syariah (Y). Bank Mandiri Syariah di Kotabaru dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($4,288 > 1,984$).
2. Berdasarkan pengujian secara simultan Pengetahuan (X_1) dan Tingkat Pendidikan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan Produk pada Bank Syariah (Y). Bank Mand/iri Syariah di Kotabaru dengan nilai F-hitung $>$ F-tabel ($24,959 > 3,09$).

Hasil pengujian Determinasi menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan (X_1) dan Tingkat Pendidikan (X_2) dalam mempengaruhi Variabel pemilihan Produk pada Bank Syariah (Y). Bank Mandiri

syariah di Kotabaru dalam penelitian ini sebesar 34% dapat disimpulkan sisanya sebesar 66% yang dapat dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

B. Saran

1. Bagi Instansi seperti Bank Syariah untuk terus aktif melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat untuk pengetahuan dan pemahaman sehingga masyarakat mengetahui tentang Bank Syariah bahwa berbeda dengan Bank Konvensional, sehingga mereka berkeputusan menjadi nasabah dan menggunakan produk Bank Syariah.
2. Bagi peneliti selanjutnya penulis berharap penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang serta dapat dikembangkan lebih mendalam lagi. Selain itu peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel penelitian, tidak hanya berpatokan pada dua variabel di Kotabaru saja, mugin bisa di kota lainnya. Karena berdasarkan hasil uji Determinasi dalam penelitian ini menunjukka ada 66% dari total 1005 menyatakan terdapat variabel lain yang terkait dapat dijelaskan Pemilihan Produk pada Bank Syariah yang tidak diteliti penulis dalam penelitian ini. Variabel lain yang dimaksudkan yaitu, pendapatan, lokasi, motivasi, promosi dan lainnya