

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

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

1. Variabel *brand image* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung (Y) Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin dengan nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $2.606 > 1.96$ ).
2. Variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung (Y) Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin dengan nilai t-hitung  $<$  t-tabel ( $0.996 < 1.96$ ).
3. Variabel religiusitas(Z) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung (Y) Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin dengan nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $4.505 > 1.96$ ).
4. Variabel religiusitas (Z) memperlemah pengaruh *brand image* (X1) terhadap minat menabung (Y) Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin dengan nilai t-hitung  $<$  t-tabel ( $1.092 < 1.96$ ).
5. Variabel religiusitas (Z) memperkuat pengaruh pengetahuan (X2) terhadap minat menabung (Y) Bank syariah pada masyarakat Kota Banjarmasin dengan nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $2.178 > 1.96$ ).

#### **B. Saran**

1. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa Brand Image dan Religiusitas dapat mempengaruhi minat menabung di Bank syariah sedangkan Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank syariah dan Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh *brand image* terhadap minat menabung di Bank syariah tetapi mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank syariah. Diharapkan Bank Syariah tetap mempertahankan Brand Image yang sudah dibentuk oleh Nasabah sehingga itu bisa menarik masyarakat lainnya untuk menabung Bank Syariah. Untuk Pengetahuan Bagi masyarakat diharapkan untuk lebih peduli akan informasi-informasi terkait dunia Perbankan Syariah, terutama masyarakat muslim. Sehingga dapat beralih menggunakan produk-produk bank syariah, sesuai dengan yang di anjurkan Al-Qur'an dan Hadist.
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, karena Peneliti hanya mengambil responden pada masyarakat Kota Banjarmasin, sehingga peneliti selanjutnya disarankan mengambil responden dari kota lainnya dengan jumlah populasi yang beragam. Selain itu agar mencari variabel independen lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini karena ada 26,5 % dari total 100% menyatakan terdapat variabel lain yang terkait dapat menjelaskan minat menabung di Bank syariah.