

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Media Sosial dan Komunitas Terhadap Keputusan Masyarakat di Kota Banjarmasin Memilih Produk Perbankan Syariah, yang secara keseluruhan responden merupakan masyarakat di Kota Banjarmasin dengan rentang usia 20 tahun – 29 tahun. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Media Sosial terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah dan tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Komunitas terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah.

Media Sosial lebih berpengaruh terhadap keputusan masyarakat kota Banjarmasin memilih Produk Perbankan Syariah, dibandingkan dengan Komunitas.

#### **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil analisis data, pembahasan serta kesimpulan yang telah dijabarkan mengenai Pengaruh Media Sosial dan Komunitas Terhadap Keputusan Masyarakat di Kota Banjarmasin Memilih Produk Perbankan Syariah. Maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

##### **1. Bagi Lembaga Perbankan**

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada masyarakat Kota Banjarmasin. Maka dapat dilihat bahwa sebagian besar masyarakat Kota

Banjarmasin sudah berminat menggunakan Produk Perbankan Syariah, yang artinya pengetahuan masyarakat mengenai Perbankan Syariah sudah mulai bertambah seiring dengan adanya promosi-promosi baik secara online melalui media sosial maupun secara offline dari mulut ke mulut.

Peneliti menyarankan kepada pihak Perbankan Syariah di Kota Banjarmasin agar dapat menjadikan Media Sosial sebagai bahan rujukan dalam hal manajemen pemasaran yang lebih efektif, disertai dengan memberikan pengetahuan-pengetahuan tentang Produk-Produk Perbankan Syariah kepada masyarakat.

## **2. Bagi Peneliti Lain**

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk topik penelitian yang sama.