

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan generasi z menggunakan bank digital syariah di kota Banjarmasin, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan generasi z menggunakan bank digital syariah di kota Banjarmasin.

1. Berdasarkan hasil uji t ditemukan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,716 > 1,984$) maka H_0 ditolak secara statistik, dari hasil uji t nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) berarti terdapat pengaruh antara *Islamic branding* terhadap keputusan.
2. Hasil uji koefisien determinasi (*R-Square*) ditemukan bahwa *Islamic branding* memiliki pengaruh sebesar 0,250. Hal ini menyatakan bahwa *Islamic branding* mempengaruhi keputusan dalam kategori kecil dan sisanya 75% dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Bank Digital Syariah

Saat ini peran bank digital syariah dalam mengiringi era digitalisasi sudah cukup baik, kehadirannya diharapkan dapat membantu jalan generasi muda untuk tetap hidup modern dan beragama namun tidak bisa kita pungkiri

bank digital syariah saat ini masih sangat asing ditelinga masyarakat. Untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat sehingga dapat memutuskan untuk menggunakan bank digital syariah maka peningkatan mutu, digital promosi, serta lainnya diharapkan lebih ditampilkan lagi.

2. Bagi Peneliti Lain

Dikarenakan terbatasnya wawasan, ilmu, waktu serta jangkauan penelitian dari penulis, penelitian skripsi ini masih banyak kekurangannya. Kepada penulis selanjutnya mungkin bisa menambahkan variabel lain selain *Islamic branding* seperti literasi keuangan digital, digital promotion, gaya hidup, religiusitas, dan lainnya.