

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat diambil simpulan:

1. Variabel Promosi (X_1) dan Lokasi (X_2) berpengaruh secara menyeluruh (simultan) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $10,993 > F_{tabel}$ 3,09. Artinya bahwa terdapat pengaruh dan signifikan dari variabel Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Desa Kapuh Kecamatan Simpur Kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam menggunakan produk Bank Syariah.
2. Variabel Promosi (X_1) dengan nilai sig nilai signifikansi sebesar $0,038 < 0,05$ atau nilai T_{hitung} X_1 2,099 $> T_{tabel}$ 1,661. Variabel Lokasi (X_2) nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ atau nilai T_{hitung} X_2 2,784 $> T_{tabel}$ 1,661. Hasil ini berarti bahwa terdapat pengaruh dan signifikan dari variabel Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Desa Kapuh Kecamatan Simpur Kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam menggunakan produk Bank Syariah.

B. Saran-saran

1. Pada pihak perusahaan atau bank syariah mensosialisasikan produk dan jasa dengan menonjolkan manfaat dengan melalui

komunikasi yang dapat dipahami oleh konsumen agar dapat menjadi daya tarik bagi kalangan masyarakat sehingga dapat terwujudnya kegiatan bermuamalah yang sesuai dengan prinsip syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini belum mencakupi semua faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bank syariah, maka dari itu diharapkan untuk mengubah variabel lain terlepas dari variabel dalam penelitian ini, karena masih terdapat variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan produk bank syariah

