

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Generasi Milenial, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tabungan emas BSI. Literasi keuangan syariah, kepercayaan dan kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial. Hal ini mengidentifikasi bahwa bagi generasi milenial, simultan berupa promosi lebih dominan dari pada pemahaman mendalam atau layanan fisik.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Generasi Z, variabel promosi dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. Sementara itu, kepercayaan dan kualitas pelayanan tidak signifikan. Yang mengindikasikan bahwa Generasi Z lebih mengandalkan simultan layanan digital dari pada interaksi fisik.
3. Berbeda dengan uji linier berganda berdasarkan hasil uji independent sample t-test, di peroleh nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,589, yang nilainya lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,589 > 0,05$), sehingga tidak ada perbedaan signifikan antara preferensi Generasi Milenial dan Generasi Z dalam memilih tabungan emas BSI di Kota Banjarbaru. Kedua generasi memiliki kecenderungan serupa secara keseluruhan.

B. Saran

Berdasarkan temuan hasil analisis-kritis atau pembahasan, peneliti memberikan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi PT Bank Syariah Indonesia (BSI)

Perlu meningkatkan promosi digital yang lebih menarik dan sesuai dengan karakteristik Generasi Milenial dan Generasi Z, serta memperkuat edukasi literasi keuangan syariah agar pemahaman masyarakat terhadap produk syariah semakin baik.

2. Bagi Nasabah

Masyarakat, khususnya Generasi Milenial dan Generasi Z, diharapkan meningkatkan literasi keuangan syariah agar dapat mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan sesuai prinsip syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan menambahkan variabel lain, seperti teknologi digital, kemudahan layanan, serta faktor sosial dan budaya, dan memperluas objek penelitian agar hasil lebih komprehensif.

4. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu di bidang perbankan syariah dan perilaku konsumen terhadap produk keuangan syariah.