

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, aksesibilitas, tingkat sosial, dan promosi terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah, dapat disimpulkan bahwa:

1. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Semakin mudah masyarakat mengakses layanan perbankan syariah, baik secara fisik maupun digital, semakin besar kemungkinan mereka memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut.
2. Tingkat sosial juga terbukti berpengaruh signifikan. Faktor-faktor sosial-ekonomi seperti pendidikan, pekerjaan, lingkungan, dan dukungan sosial memengaruhi cara individu menilai dan memilih layanan perbankan syariah.
3. Promosi merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan nasabah. Strategi promosi yang efektif mampu meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan minat masyarakat untuk menggunakan layanan bank syariah.
4. Religiusitas memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan nasabah, tetapi tidak berperan sebagai moderator. Artinya, religiusitas tidak memperkuat atau melemahkan pengaruh aksesibilitas, tingkat sosial, maupun promosi terhadap keputusan nasabah. Meskipun

demikian, penambahan variabel ini meningkatkan kemampuan model untuk menjelaskan variasi keputusan nasabah secara keseluruhan.

B. Saran

1. Bank Syariah Indonesia disarankan untuk terus meningkatkan kualitas dan kemudahan akses layanan perbankan, khususnya bagi masyarakat seperti di Kecamatan Anjir Muara yang memiliki karakteristik wilayah berupa daerah rawa dengan jarak yang relatif jauh dari pusat layanan perbankan. Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan mengoptimalkan layanan digital melalui *digital banking*, memperluas jaringan layanan berbasis agen, serta meningkatkan ketersediaan fasilitas transaksi yang mudah dijangkau masyarakat. Selain itu, Bank Syariah Indonesia perlu memperkuat kegiatan promosi dan edukasi mengenai produk serta layanan perbankan syariah melalui media digital maupun sosialisasi langsung kepada masyarakat, mengingat promosi merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan nasabah. Bank Syariah Indonesia juga perlu meningkatkan literasi keuangan syariah bagi berbagai kelompok masyarakat dengan latar belakang sosial yang beragam agar pemahaman terhadap manfaat dan keunggulan layanan perbankan syariah semakin meningkat. Menerapkan prinsip-prinsip syariah yang konsisten dan transparan perlu terus dipertahankan guna meningkatkan kepercayaan masyarakat, mengingat religiusitas terbukti menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia.

2. Bagi akademisi, penelitian ini menunjukkan pentingnya mempertimbangkan faktor sosial, aksesibilitas, promosi, dan nilai religius dalam studi perilaku konsumen perbankan syariah. Akademisi disarankan mengembangkan kajian lanjutan yang mengeksplorasi interaksi nilai religius dengan faktor-faktor lain di berbagai konteks geografis dan demografis untuk memahami pengaruh religiusitas secara lebih mendalam terhadap pengambilan keputusan keuangan syariah.

3. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel baru, seperti kualitas layanan, literasi keuangan, atau persepsi risiko, untuk melihat pengaruhnya terhadap keputusan nasabah bank syariah. Selain itu, penggunaan metode campuran (mixed methods) dengan pendekatan kualitatif dapat membantu memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai motivasi dan kendala masyarakat dalam memilih layanan perbankan syariah, khususnya di wilayah yang akses fisiknya terbatas.