BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh religiusitas, kualitas produk, dan promosi terhadap minat nasabah memilih investasi cicil emas BSI KCP Pelaihari, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel religiusitas, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah memilih investasi cicil emas BSI KCP Pelaihari. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 321,449 dan tingkat signifikansi 0,000 (< 0,05). Dengan demikian, hipotesis simultan dalam penelitian ini diterima.
2. Pengaruh hasil uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan melalui pengujian secara parsial (uji t), (t-hitung = 1,801 dan Sig = 0,073 > 0,05). Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan melalui pengujian parsial (uji t), (t-hitung = 7,922 dan Sig = <0,001). Dan promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan melalui pengujian parsial (uji t), (t-hitung = 9,854 dan Sig = < 0,001).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan,

maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Pelaihari
    1) BSI KCP Pelaihari diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas produk dan mengoptimalkan kegiatan promosi secara informatif dan menarik agar masyarakat lebih mengenal manfaat serta mekanisme investasi cicil emas.
    2) Pihak bank disarankan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk cicil emas, terutama terkait transparansi margin, kemudahan proses, dan keamanan emas agar kepercayaan nasabah tetap terjaga.
    3) Strategi promosi perlu ditingkatkan dan disesuaikan dengan perkembangan digital, seperti pemanfaatan media sosial, konten edukatif syariah, dan promosi yang lebih kreatif agar dapat menjangkau lebih banyak calon nasabah, khususnya generasi muda.
2. Bagi Akademisi
    1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perbankan syariah dan perilaku konsumen muslim.
    2) Penelitian ini juga dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat atau keputusan nasabah terhadap produk keuangan syariah.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
    1) Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan syariah, kepercayaan, persepsi risiko, kualitas pelayanan, atau citra merek guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

2) Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan objek penelitian yang lebih luas, baik dari segi wilayah maupun jenis produk perbankan syariah, agar hasil penelitian dapat digeneralisasi dengan lebih baik.
3) Selain pendekatan kuantitatif, peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan pendekatan kualitatif atau mixed methods untuk menggali lebih dalam persepsi dan motivasi nasabah.