

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analysis data dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi, promosi, pengetahuan, lokasi, dan literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah (studi kasus masyarakat Kecamatan Sokaraja) dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, bahwa nilai t hitung $2,757 > t$ tabel $1,98552$ dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$, artinya hipotesis 1 **diterima**.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, bahwa nilai t hitung $-3,011 < t$ tabel $-1,98552$ dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, artinya hipotesis 2 **diterima**.
3. Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, bahwa nilai t hitung $-0,058 > t$ tabel $-1,98552$ dan nilai signifikansi $0,954 > 0,05$, artinya hipotesis 3 **ditolak**.
4. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, bahwa nilai t hitung $7,912 > t$ tabel $1,98552$ dan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$, artinya hipotesis 4 **diterima**.
5. Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, bahwa nilai t hitung $4,607 > 1,98552$ dan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$, artinya hipotesis 5 **diterima**.
6. Persepsi, promosi, pengetahuan, lokasi, dan literasi keuangan syariah secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat

menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F, bahwa nilai F hitung $118,690 > F$ tabel $2,31$ dan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$, artinya hipotesis 6 **diterima**.

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambahkan variabel lain seperti variabel religiusitas, pendapatan, kepercayaan atau yang lainnya. Sehingga dapat diperoleh informasi yang lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah.
2. Bagi pihak perbankan syariah untuk lebih gencar dalam melakukan promosi kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah serta diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

