

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian yang melibatkan 150 responden yang berasal dari 3 universitas Islam di Jogja yaitu, UII, UMY, dan UIN Sunan Kalijaga yang di mana masing-masing kampus diambil 50 responden. Dari hasil olah data dengan uji klasik dan uji regresi intervening ditemukan bahwa rata-rata tingkat religiusitas, sikap, dan minat dari responden memiliki nilai tinggi. Uji regresi intervening ini juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari tingkat religiusitas terhadap minat beli konsumen baik secara langsung maupun melalui variabel intervening sikap. Secara terpisah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, sikap juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk bank syariah sehingga berdasarkan penelitian ini manajer dari bank syariah dapat menentukan strategi dalam meningkatkan pembelian produk-nya, salah satu cara adalah dengan melakukan tergeting pasar yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi atau dapat pula menyasar mahasiswa di universitas Islam dimana berdasarkan sampel penelitian ini rata-rata mahasiswa di kampus Islam di Yogyakarta memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Selain itu bank syariah juga dapat meningkatkan sikap baik dari konsumen dengan cara meningkatkan image atau kepercayaan dari masyarakat terhadap bank syariah itu sendiri. selanjutnya penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dari

penelitian serupa atau pengembangan dari penelitian ini selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti, maupun peneliti lain.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, masih banyak kekurangan baik dari segi waktu maupun responden dari penelitian. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih baik lagi dengan memasukkan variabel persepsi kedalam penelitian yang dimana persepsi merupakan hal yang sangat terkait dengan sikap. Dengan melibatkan variabel persepsi maka penelitian selanjutnya dapat mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat pembelian produk bank syariah.

Selain itu peneliti menyarankan perbankan syariah untuk melakukan segmentasi sesuai dengan apa yang sudah peneliti simpulkan pada kesimpulan penelitian ini atau meningkatkan image dari perusahaan yang salah satunya akan mempengaruhi sikap dari konsumen.