

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi, dan tingkat pendapatan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan diketahui *tidak mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah* di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta. Dapat diketahui bahwa nilai probabilitas $t_{hitung} (0,275) > \alpha (0,05)$ disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah, dikarenakan nilai probabilitas yang lebih besar.
2. Untuk variabel religiusitas, berdasarkan hasil uji t-Statistik yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan *religiusitas cukup mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah*. Dengan hasil rincian sebagai berikut: nilai probabilitas $t_{hitung} (0,012) < \alpha (0,05)$ sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk variabel promosi, pengaruh yang dihasilkan dari penelitian ini diketahui sebagai berikut: nilai probabilitas $t_{hitung} (0,035) < (0,05)$. Dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel promosi *berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah*.
4. Berdasarkan hasil Uji t-Statistik untuk variabel tingkat pendapatan, diketahui bahwa nilai signifikansi $t_{hitung} (0,002) < (0,05)$ dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, itu artinya variabel tingkat pendapatan *berpengaruh sangat positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah*.

5. Variabel tingkat pendapatan dinyatakan variabel yang sangat dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta. Dapat dilihat dari nilai probabilitas *variabel tingkat pendapatan* $t_{hitung} (0,002) < \alpha (0,05)$. Berdasarkan atas hasil deskripsi jawaban responden, diketahui pula jika pengaruh religiusitas berpengaruh signifikan berada dibawah *pengaruh tingkat pendapatan dengan jumlah* $t_{hitung} (0,012) < \alpha (0,05)$. Maka keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta, sangatlah dipengaruhi dari kedua variabel tersebut, tingkat pendapatan dan religiusitas.

B. SARAN

Berdasarkan atas hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, beberapa masukan perlu disampaikan terkait dengan peningkatan bank BNI Syariah Kantor Kas FE Yogyakarta agar semakin banyak para konsumen yang bergabung untuk menjadi nasabah bank syariah ini. Saran-saran itu berikut diantaranya:

1. Saran untuk Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condong Catur Yogyakarta.

Disarankan untuk Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condongcatur Yogyakarta adalah untuk selalu bisa meningkatkan promosi, kegiatan perbankan yang erat kaitannya langsung dengan nasabah, melihat perkembangan nasabah secara keseluruhan mengenai pendapatan yang dimiliki dan meningkatkan kinerja karyawan.

Sehingga dengan selalu memperbaiki dan memperbaharui segenap layanan dan juga produk yang ada maka akan mempermudah para calon nasabah yang lain untuk ikut bergabung kedalam bank syariah ini. Dan perlu diketahui bersama sesuai dengan hasil penelitian ini maka sesungguhnya tingkat pendapatan dan religiusitas nasabahlah yang sangat berpengaruh dalam keputusan para calon nasabah untuk kemudian menjadi nasabah bank syariah ini. Dengan hasil tersebut,

maka bank BNI Syariah harus mempertahankan loyalitas para nasabahnya yang lebih memilih bank BNI Syariah dikarenakan hasil usaha bank ini sesuai dengan harapan para nasabah yang menginginkan pendapatan yang diharapkan.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.

Bagi para peneliti yang akan datang diharapkan terus memperbaharui dan menambah variabel-variabel yang lebih atraktif lagi dari apa yang telah penulis sekarang hasilkan. Tidak hanya menggunakan variabel pengetahuan saja atau juga hanya dengan menyertakan variabel pengaruh religiusitas, pengaruh promosi, dan pengaruh tingkat pendapatan saja. Akan tetapi perbanyaklah variabel yang lebih mendukung seperti pengaruh produk, layanan, tempat atau lokasi, kegiatan-kegiatan bank, dan lain sebagainya.

