

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) yaitu diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,489 > 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) yaitu diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,744 > 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia yaitu diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $84,072 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. Saran

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Bank Syariah Indonesia untuk menambah minat masyarakat menjadi nasabah.
2. Bagi peneliti berikutnya diharapkan lebih memperluas kajian dengan menambahkan variabel lain yang mampu menjadi variabel independen bagi minat masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia seperti pelayanan, pengetahuan dan kualitas produk, sehingga hasil penelitian dapat diambil manfaatnya oleh perusahaan.