

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dijelaskan di bab sebelumnya mengenai “Pengaruh Promosi dan Religiositas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Guru SDN Porisgaga 1 Batuaceper Kota Tangerang)”. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,315 > 0,05$. Hal ini terjadi karena jam kerja guru serta kewajiban administratif lainnya membuat para guru kesulitan untuk mendapatkan informasi terkait bank syariah. Juga adanya kewajiban menggunakan bank Jawa Barat sebagai wadah penyaluran gaji dan tunjangan lainnya dari pemerintah membuat guru terbiasa menggunakan bank konvensional.
2. Secara parsial religiositas berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,017 < 0,05$. Hal ini terjadi dikarenakan semua guru di sana beragama Islam dan tinggal di wilayah yang masih sangat kental dengan budaya Betawi, dimana budaya Betawi ini terkenal dengan ketaatan terhadap agama yang masih tinggi.

3. Secara simultan promosi dan religiositas berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$

B. Saran

Berdasarkan hasil yang ditemui pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Religiositas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Guru SDN Porisgaga 1 Batuaceper Kota Tangerang)” maka:

1. Bagi perbankan syariah didapatkan hasil penelitian bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah pada guru SDN Porisgaga 1. Diharapkan menjadi evaluasi bagi perusahaan untuk lebih mengencarkan akses promosi melalui sosial media seperti Instagram, TikTok yang masih populer di masyarakat. Hal ini dilakukan agar bank syariah mudah dikenali oleh masyarakat terutama di kalangan guru yang tidak banyak memiliki waktu luang.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dilihat dari hasil koefisien determinasi yang menunjukkan pengaruh promosi dan religiositas terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah ialah hanya 30%. Diharapkan dapat menggunakan banyak variabel penelitian yang menjadi faktor berpengaruhnya keputusan menggunakan jasa perbankan syariah, seperti

literasi keuangan, kualitas pelayanan dan lingkungan. Kemudian dapat mengganti populasi dan memperluas objek penelitian agar dapat berkembang.