

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh religiusitas, lokasi, *brand of image*, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah (studi masyarakat Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang, Banten), maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut.

1. Religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang, Banten menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Minat Masyarakat Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang, Banten menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. *Brand of image* secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Minat Masyarakat Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang, Banten menjadi nasabah di Bank Syariah.
4. Kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Minat Masyarakat Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang, Banten menjadi nasabah di Bank Syariah.

5. Secara simultan (bersama-sama) religiusitas, lokasi, *brand of image*, dan tingkat kepercayaan masyarakat tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang, Banten menjadi nasabah di Bank Syariah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang bisa disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Peningkatan brand image pada dunia bisnis sekarang sudah tidak bisa dianggap hal yang sepele, karena masyarakat hanya akan memilih produk yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan/Bank yang telah memiliki citra merek (brand image) yang baik. Bukan hanya melihat kepada siapa yang membuat produk tersebut tetapi menilai juga bagaimana produk tersebut dapat bermanfaat bagi dirinya, jadi peningkatan bukan hanya pada brand image nya saja tetapi diikuti dengan peningkatan kualitas produk serta layanan yang diberikan. Bank Syariah harus berusaha lebih untuk memancarkan *imagenya* di dalam pandangan masyarakat (masyarakat Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang, Banten). Beberapa strategi yang mungkin bisa dijalankan oleh Bank Syariah, antara lain peningkatan promosi dan sosialisasi terkait produk-

produk Bank Syariah secara efektif, peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitasnya, dan melakukan kerja sama dengan institusi pendidikan.

Kegiatan promosi dan sosialisasi produk Bank Syariah sekarang ini bisa memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi, seperti membuat iklan terkait kelebihan produk dan manfaat yang bisa dirasakan serta memberikan kemudahan dalam setiap proses transaksinya kemudian bisa di masukan ke dalam platform media sosial. Hal ini sudah dilakukan oleh pelaku usaha lain dan membuahkan hasil yang baik. Selain itu bekerja sama dengan institusi pendidikan bisa menjadi salah satu cara yang baik. Dengan melakukan kerja sama, secara tidak langsung lembaga perbankan Syariah telah mengenalkan kepada para peserta didik tentang apa itu Bank Syariah atau lembaga keuangan Syariah.

Penambahan lokasi tempat Anjungan Tunai Mandiri (ATM) juga harus di perhatikan oleh pihak Bank Syariah, karna dengan adanya ATM di tempat yang strategis dapat memudahkan para nasabah melakukan kegiatan transaksi. Kurangnya lokasi ATM ini menjadi salah satu faktor tidak berminatnya masyarakat khususnya di kecamatan Cadasari untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, oleh karena itu penambahan titik-titik lokasi tempat ATM diperlukan untuk menarik minat

masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah serta demi kelancaran dan kemudahan bertransaksi.

2. Bagi Akademisi

Bagi para peneliti selanjutnya diharapkan bisa memperluas variabel, objek penelitian, serta memperbarui teknik pengambilan sampel terkait pengaruh religiusitas, lokasi, *brand of image*, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah. Peneliti selanjutnya diharapkan juga bisa lebih memperluas pemaparannya agar penelitian bisa lebih baik lagi.