

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian uji statistik dan uji hipotesis, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Bahwa variabel preferensi keagamaan berpengaruh positif terhadap pemilihan nasabah BSI KCP Serang Cikande 2 dalam menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung yang memperoleh nilai sebesar 16.697 dengan nilai signifikansi 0.000, dan nilai koefisien regresi dari preferensi keagamaan yaitu sebesar 0.863, ini menjelaskan bahwa setiap kenaikan tingkat preferensi sebesar satu poin, maka pemilihan produk perbankan syariah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.863. Ini dapat disimpulkan bahwa variabel preferensi keagamaan berpengaruh positif terhadap pemilihan produk perbankan syariah.
2. Dari hasil uji determinasi, nilai koefisien determinasi (R square) memperoleh sebesar 0.740. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (preferensi keagamaan) terhadap variabel terikat (pemilihan produk perbankan syariah) yaitu sebesar 74,0%.

B. Saran

Berikut ini beberapa saran yang diberikan oleh penulis kepada Bank Syariah Indonesia KCP Serang Cikande 2 terutama kepada bagian *marketing* atau pemasaran terhadap strategi pemasaran yang sedang dijalankan, yaitu hendaknya Bank Syariah Indonesia KCP Serang Cikande 2 meningkatkan lagi dan memaksimalkan program-program yang sesuai dengan preferensi keagamaan dan budaya masyarakat di sekitar wilayah Cikande, Kabupaten Serang. Agar jumlah nasabah terus meningkat dan menyumbang angka oplah lebih besar lagi.

Selain itu, Bank Syariah Indonesia KC Cikande 2 harus memiliki tim penelitian dan pengembangan untuk menyesuaikan atau menentukan target nasabah baru sesuai dengan program yang dirancang oleh pihak bank.

Selain hal tersebut di atas, penulis juga menilai perlunya peningkatan sosialisasi atau penyampaian informasi secara jelas kepada masyarakat atau generasi milenial agar melek tentang pentingnya Bank Syariah, serta memperkenalkan Bank Syariah Indonesia sebagai pilihan bank terbaik bagi umat Islam.