

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam rumusan masalah yang diajukan, analisis data yang dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Variabel Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang *Brand* iB (X) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah. Dalam pengujian hipotesis, pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang *Brand* iB terhadap mengambil keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji regresi linier sederhana dimana nilai koefisien determinasi sebesar 0,533 atau 53,3% dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa pengaruh pengetahuan masyarakat tentang *brand* iB memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah yang dijelaskan dengan persentase sebesar 53,3% dan berpengaruh positif dan signifikan.

Hasil penelitian menyatakan bahwa pengaruh pengetahuan masyarakat tentang *brand* iB berpengaruh dan signifikan terhadap mengambil keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah dan memiliki arah yang positif. Hal ini terjadi akibat respon positif masyarakat dalam mengambil keputusan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dikemukakan oleh peneliti yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan untuk penelitian selanjutnya mengenai penelitian yang sama dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti konsumen secara keseluruhan yaitu nasabah atau bukan nasabah dari bank syariah sehingga memperoleh hasil yang lebih variatif dan akurat mengenai pengaruh pengetahuan masyarakat tentang *brand* iB terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah.
2. Disarankan untuk meneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel-variabel lain yang menyangkut keputusan seseorang nasabah memilih bank syariah.