BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada responden dan mengolah data hasil kuesioner berkaitan dengan pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap keputusan memilih bank syariah maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor budaya yang meliputi budaya (*culture*), sub budaya dan kelas sosial. Faktor budaya merupakan faktor yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Jika dilihat dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa nasabah dalam memilih bank syariah bukan disebabkan budaya atau kebiasaan yang ada disekitarnya misalnya lingkungan sekitar tempat tinggal yang banyak mennggunakan bank syariah dan juga bukan karena ajaran agama yang dianut. Pada sub budaya, pertimbangan kelompok suku dan pengaruh keturunan juga tidak mempengaruhi nasabah memilih bank syariah. Selain itu, juga bukan karena kelas sosial yang dapat menjadikannya terhormat di lingkungan sekitar setelah menggunakan bank syariah dan juga bukan dari lingkungan pertemanan. Sehingga pemasar harus memperhatikan nilai-nilai budaya pada setiap daerah tertentu untuk memahami cara terbaik dalam memasarkan produk lama mereka dan memperkenalkan produk baru mereka.

2. Faktor sosial yang meliputi kelompok referensi, keluarga serta peran dan status. Faktor sosial merupakan faktor yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Jika dilihat dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa nasabah dalam memilih bank syariah bukan disebabkan oleh kelompok referensi seperti komunitas atau rekomendasi dari tetangga atau teman terdekat, padahal jika kelompok referensi kuat maka pemasar harus menentukan cara dalam mempengaruhi pemimpin kelompok. Pada sub bab keluarga, memilih bank syariah bukan karena diharuskan oleh keluarga ataupun kerabat memberikan masukan untuk menggunakan bank syariah. Peran dan status, memilih bank syariah bukan juga sesuai dengan jabatan dan lingkungan kerja, sehingga pemasar harus menyadari bahwa seseorang memilih produk mencerminkan peran dan status dalam masyarakat.
3. Faktor pribadi yang meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Faktor pribadi yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan selera, sesuai dengan penghasilan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan gaya hidup nasabah dalam memilih bank syariah. Karena banyaknya karakteristik pada faktor pribadi yang memiliki dampak secara langsung terhadap perilaku konsumen sehingga semakin tinggi pula keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sehingga pemasar bank syariah dapat mengambil

langkah yang tepat dalam merancang, menentukan, memperkenalkan, dan meningkatkan penekanan atas produk sehingga bank syariah dapat terus menawarkan produknya.

4. Faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori. Faktor psikologis yang memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mendapat keuntungan lebih tinggi dalam memilih bank syariah, keamanan bank syariah yang terjamin, reputasi bank syariah yang dipandang baik oleh masyarakat, persepsi tentang bunga yang haram, kinerja bank syariah tidak berpengaruh saat krisis ataupun pandemi dan melihat promosi di televisi. Karena sekelompok proses psikologis jika digabungkan dengan karakteristik tertentu maka akan menghasilkan proses pengambilan keputusan dan keputusan akhir pembelian, sehingga semakin tinggi pula keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
5. Variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan memilih bank syariah. Hal ini berarti, jika faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis semakin baik, maka keputusan nasabah memilih bank syariah akan semakin tinggi. Variabel faktor pribadi memberikan pengaruh paling tinggi yang menunjukkan bahwa usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi,

kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai memiliki dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen.

6. Berdasarkan pembahasan mengenai semua hasil pengujian hipotesis diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa masing-masing variabel yang terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis sebesar 71,9%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak dalam penelitian ini. Adapun saran-saran peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

   Dari hasil penelitian bank syariah perlu meningkatkan motivasi atau persepsi nasabah dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat, contohnya dengan memberikan pengetahuan tentang bank syariah, sehingga mereka tertarik untuk mengambil keputusan memilih bank syariah. Kinerja karyawan juga dapat meningkatkan motivasi masyarakat untuk menggunakan bank syariah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan seperti memberikan informasi yang jelas serta pelayanan secara merata kepada semua nasabah. Kegiatan promosi juga dapat dilakukan untuk meningkatkan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah khususnya pada masyarakat di pedesaan seperti kecamatan Sendang. Terlebih bank syariah harus memfokuskan pada faktor pribadi

dan faktor psikologis dimana dalam penelitian ini kedua faktor tersebut yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan masyarakat kecamatan sendang memilih bank syariah. Sehingga pemasar bank syariah dapat mengambil langkah yang tepat dalam merancang, menentukan, memperkenalkan, dan meningkatkan penekanan atas produk sehingga bank syariah dapat terus menawarkan kepada pelanggan

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap keputusan memilih bank syariah dengan kontribusi yang berbeda-beda terhadap keputusan memilih bank syariah. Maka penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang penting dan dapat dijadikan tambahan wawasan serta pengetahuan bagi masyarakat berkaitan dengan keputusan memilih bank syariah.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel dependen atau meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, karena faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh sebesar 71,9%, sehingga masih ada 28,1 faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor lain seperti faktor keluarga, religiusitas yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah.