

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah. Dapat diartikan semakin tinggi pengetahuan masyarakat terkait produk bank syariah maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah, dan sebaliknya apabila pengetahuan produk bank syariah masyarakat rendah maka minat masyarakat menggunakan produk bank syariah juga semakin menurun.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah. Dapat diartikan semakin tinggi kualitas terkait produk bank syariah maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah, dan sebaliknya apabila kualitas produk bank syariah rendah maka minat masyarakat menggunakan produk bank syariah juga semakin menurun.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Semakin baik kepercayaan yang diberikan oleh bank syariah maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah, sebaliknya

apabila kepercayaan masyarakat menurun maka minat masyarakat menggunakan produk bank syariah juga mengalami penurunan.

4. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Artinya semakin tinggi religiusitas masyarakat tentang bank syariah maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah.
5. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Sehingga dapat diartikan semakin strategis lokasi maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah, dan sebaliknya apabila lokasi tidak strategis maka minat menggunakan produk bank syariah juga semakin menurun.
6. Secara parsial ke lima variabel yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk bank syariah adalah variabel pengetahuan produk, kualitas produk, kepercayaan, religiusitas dan lokasi.
7. Variabel pengetahuan produk, kualitas produk, kepercayaan, religiusitas dan lokasi berpengaruh secara simultan sebesar 98,8%.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pembuktian keterkaitan teori pengetahuan produk, teori kualitas produk, teori kepercayaan, teori religiusitas dan teori lokasi sebagai tindak lanjut dari

teori tersebut dibuktikan pada penelitian ini. Dalam hal yang lain penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan bagi pelajar maupun mahasiswa. Serta diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan atau referensi yang cukup untuk penelitian yang lebih lanjut.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan penelitian yang sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang pengaruh pengetahuan produk, kualitas produk, kepercayaan, religiusitas dan lokasi terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah.

## 3. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan masyarakat agar terus meningkatkan pemahaman terhadap perbankan syariah khususnya produk-produk bank syariah dan turut memperkenalkannya, supaya masyarakat terus berminat menggunakan produk bank syariah.