

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap generasi Z dalam menggunakan jasa perbankan syariah. maka pada bagian akhir dari penelitian ini penulis menarik kesimpulan berdasarkan hipotesis hasil penelitian sekaligus memberikan saran atau masukan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis (H_1) yang dilakukan secara parsial bahwa factor pengetahuan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat generasi z dalam menggunakan jasa bank syariah.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis (H_2) yang dilakukann secara parsial bahwa faktor promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat generasi z dalam menggunakan jasa bank syariah.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis (H_3) yang dilakukan secara parsial bahwa faktor lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat generasi z dalam menggunakan jasa bank syariah.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis (H_4) yang dilakukan, diperoleh hasil secara simultan bahwa pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi z dalam menggunakan jasa bank syariah.

Dan diperoleh hasil dari nilai koefisien determinasi bahwa pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi mempengaruhi minat generasi z dalam

menggunakan jasa bank syariah sebesar 0,129 atau 12,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (pengetahuan, promosi, dan lokasi) mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 12,9%. Sedangkan sisanya ($100\% - 12,9\% = 87,1\%$) ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi akademi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pencerahan bagi pembaca, sebagai salah satu referensi bagi kepentingan keilmuan penelitian terakhir pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat generasi Z dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

2. Bagi Bank Mitra

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Bank sebagai sumber saran, informasi, pemikiran serta bahan masukan berguna sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan untuk meningkatkan minat mahasiswa melalui pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah.

3. Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan kajian atau referensi apabila akan melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang sama ataupun dengan menggunakan variable yang berbeda. Harapan penulis kepada peneliti selanjutnya untuk peneliti selanjutnya hendaknya melakukan eksplorasi lebih mendalam mengenai variable-variabel yang diduga mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.