BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Maka berdasarkan dengan uraian pembahasan dan hasil dari penelitian yang ada di atas terkait faktor yang mempengaruhi minat pedagang *online shop* dalam menggunakan jasa bank syariah, diperoleh hasil data sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel pengetahuan (X1) terhadap variabel minat pedagang *online shop* menggunakan jasa bank syariah (Y) secara parsial diperoleh t_{hitung} (2,342) > t_{tabel} (1,99167), maka keputusannya Ha diterima dan Ho ditolak. Sedangkan jika dilihat dari nilai signifikansinya 0,022 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang *online shop* medan dalam menggunakan jasa bank syariah
2. Pengaruh variabel Fasilitas Pelayanan (X2) terhadap variabel minat pedagang *online shop* menggunakan jasa bank syariah (Y) secara parsial diperoleh t_{hitung} (2,786) > t_{tabel} (1,99167), maka keputusannya Ha diterima dan Ho ditolak. Sedangkan jika dilihat dari nilai signifikansinya 0,007 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Fasilitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang *online shop* medan dalam menggunakan jasa bank syariah
3. Pengaruh variabel Promosi (X3) terhadap variabel minat pedagang *online shop* menggunakan jasa bank syariah (Y) secara parsial diperoleh t_{hitung} (3,386) > t_{tabel} (1,99167), maka keputusannya Ha diterima dan Ho ditolak. Sedangkan jika dilihat dari nilai signifikansinya 0,001 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang *online shop* medan dalam menggunakan jasa bank syariah
4. Pada penelitian ini, hasil pengujian variabel Pengetahuan, Fasilitas Pelayanan dan Promosi memperoleh hasil analisis uji F didapatkan bahwa F_{hitung} = 31,607 dan F_{tabel} = 2,72 sehingga menunjukkan F_{hitung} > F_{tabel} (31,607 > 2,72) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini dapat membuktikan bahwa secara simultan variabel pengetahuan, fasilitas pelayanan, dan promosi berpengaruh secara

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

simultan (bersama-sama) terhadap minat pedagang online untuk menggunakan jasa bank syariah.

B. SARAN

berdasarkan dengan hasil simpulan yang telah diuraikan di atas, peneliti ingin memberikan saran kepada beberapa pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Perbankan Syariah

   Bank syariah memerlukan peningkatan dalam berbagai produk/jasa kepada para pedagang online, seperti memberikan lebih banyak kegiatan sosialisasi atau kampanye yang berkaitan dengan perbankan syariah, misalnya terjun langsung ke pedagang-pedagang online untuk memberikan penawaran transaksi yang bisa mempermudah dalam jual belinya, atau bisa membuat seminar ataupun pelatihan yang diberikan secara khusus bagi para pedagang online, tentunya hal tersebut bertujuan agar mereka bisa sadar terhadap perbankan syariah.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Peneliti memberikan saran agar ketika menambah variabel dalam penelitian bisa mempergunakan beberapa faktor yang bisa memberikan pengaruh pada minat pedagang *online shop* menggunakan jasa bank syariah seperti faktor lokasi, faktor harga, faktor citra merek dan faktor lainnya. Peneliti selanjutnya juga diharapkan agar menambah objek penelitian agar responden bisa bertambah dan menampilkan hasil yang lebih bervariasi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN