BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A.**Kesimpulan**

Dari pembahasan penelitian ini, maka hasil yang didapat bahwa penelitian ini menguji pengaruh promosi, pelayanan, margin, lokasi, produk dan religi terhadap preferensi nasabah Bank Syariah di Kota Medan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Pertama variable promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan. Sehingga semakin tinggi variable promosi maka diharapkan preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan semakin baik pula.

Kedua variable pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan. Diharapkan dengan pelayanan yang baik akan meningkatkan preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Medan. Hal ini disebabkan karena peningkatan variable pelayanan berakibat pada peningkatan preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Medan.

Ketiga variable margin/bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan. Diharapkan dengan margin/bagi hasil yang baik akan meningkatkan preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Medan.

Keempat variable lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Medan. Diharapkan dengan variable lokasi yang baik akan meningkatkan preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Medan. Lokasi yang terjangkau oleh masyarakat akan mempermudah masyarakat dalam melakukan transakssi atau kegiatan-kegiatan yang dapat

menunjang peningkatan preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Medan.

Kelima variable produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Medan. Diharapkan dengan variable lokasi yang baik akan meningkatkan preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Medan. Dalam hal ini apabila produk yang diberikan perbankan syariah dapat menciptakan peningkatan minat pada masyarakat, maka akan meningkatkan preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Medan menjadi lebih tinggi.

Keenam variable religi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan, akan tetapi dari hasil analisis parsial menunjukkan bahwa religi tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan. Dalam ini disimpulan bahwa perlu ada peningkatan khususnya pada variabel religi yang tidak berpengaruh agar preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan semakin tinggi. Peningkatan tersebut dapat dilakukan dengan cara mayakinkan masyarakat akan kejohiran produk yang berbasis pada syariah, dan tidak terlalu fanatiknya masyarakat tentang margin/bagi hasil yang dilakukan bank syariah misalnya atau minat untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

Ketujuh secara keseluruhan terbukti bahwa terdapat pegaruh secara simultan antara promosi, pelayanan, margin/bagi hasil, lokasi, produk dan religi terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan. Dengan R saquare sebesar 97,6% sedangkan sisanya sebesar 2,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, hal ini menjelaskan bahwa variabel promosi, pelayanan, margin/bagi hasil, lokasi, produk dan religi cukup kuat dalam menjelaskan variabel dependen yaitu preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan.

B.**Saran**

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menyosialisasikan produk dengan menonjolkan manfaat dari suatu produk bank syari'ah maksudnya informasi yang diberikan pihak Bank semakin jelas, artinya melalui komunikasi yang dapat dipahami konsumen dapat menjadi pertimbangan pihak manajemen dalam menarik Preferensi nasabah. Jadi, penyampaian informasi yang tepat dan menarik sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan masyarakat.
2. Memperhatikan faktor pelayanan merupakan faktor yang lebih dominan dari faktor lainnya yang menjadi daya tarik Preferensi nasabah Bank Syariah di kota Medan dapat dijadikan landasan utama strategi marketing bagi bank.

   Perlu pengembangan lokasi di daerah – daerah yang mayoritas berpenduduk non muslim serta promosi-promosi dikemas lebih menarik dan inovatif yang diperuntukkan secara universal, namun tetap berpegang pada prinsip syari'ah. misal, promosi dilakukan dengan membuat spanduk – spanduk ataupun famplet di lingkungan yang memungkinkan orang dapat membaca, promosi dilakukan di mal-mal, iklan di media massa, promosi melalui wiraniaga, hubungan masyarakat.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui sejauhmana peluang Bank Syariah Kota Medan agar dapat menarik nasabah dari kalangan masyarakat luas yaitu muslim dan non muslim sehingga nasabah bank semakin banyak dengan lintas agama.