

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut merupakan kesimpulan yang didasarkan pada pertanyaan penelitian:

1. Dalam analisis deskriptif responden, ditemukan hasil skor rata-rata untuk variabel literasi keuangan syariah, berada pada kategori tinggi sedangkan untuk variabel *digital marketing*, kepercayaan dan minat berada pada kategori sedang.
2. Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat generasi Y dan Z di Jawa Barat menggunakan produk dan layanan bank syariah. Hal ini terjadi karena responden masih memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang rendah serta asumsi masyarakat yang memiliki anggapan jika menabung atau menggunakan produk dan layanan di bank syariah itu setara dengan menabung atau menggunakan produk dan layanan di bank konvensional. Sehingga tinggi rendahnya tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki masyarakat tidak mempengaruhi minatnya dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah.
3. *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Y dan Z di Jawa Barat menggunakan produk dan layanan bank syariah. Hal ini mengindikasikan jika semakin banyaknya promosi yang ditawarkan oleh bank syariah melalui sosial media maka minat generasi Y dan Z di Jawa Barat untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah semakin besar.
4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Y dan Z di Jawa Barat menggunakan produk dan layanan bank syariah. Hasil penelitian ini mengindikasikan jika semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah maka semakin tinggi minat generasi Y dan Z di Jawa Barat menggunakan produk dan layanan bank syariah. Hal ini karena responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi bahwa bank syariah menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dengan besarnya

kepercayaan generasi Y dan Z di Jawa Barat akan bank syariah maka seharusnya minat masyarakat terutama generasi Y dan Z di Jawa Barat dalam menggunakan bank syariah juga semakin besar.

5.2 Implikasi

Implikasi pada penelitian ini ditinjau dari segi teoritis penelitian ini mendukung teori perilaku konsumen dimana perilaku konsumen itu dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor *marketing mix* (bauran pemasaran). Dalam penelitian ini, variabel literasi keuangan syariah masuk kedalam faktor pribadi yang mampu mempengaruhi perilaku konsumen. Variabel *digital marketing* masuk ke dalam faktor *marketing mix* (bauran pemasaran) yang mampu mempengaruhi perilaku konsumen. Dan variabel kepercayaan termasuk ke dalam faktor psikologis yang mampu mempengaruhi perilaku konsumen. Tinggi rendahnya literasi keuangan syariah yang dimiliki seseorang tidak dapat mempengaruhi seseorang itu untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah. Akan tetapi bila didukung dengan *digital marketing* yang dilakukan oleh bank syariah serta didukung dengan kepercayaan diri seseorang terhadap bank syariah itu tinggi maka akan mendorong minat masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah.

Untuk implikasi praktis dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kondisi aktual mengenai minat generasi Y dan Z di Jawa Barat terhadap produk dan layanan bank syariah serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pertimbangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya terkait minat dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah untuk selanjutnya dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut dan lebih luas.

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah diantaranya:

1. Bagi lembaga keuangan syariah terkhusus bank syariah yang ada di Indonesia khususnya di Jawa Barat, diharapkan mampu untuk:
 - Meningkatkan *digital marketing* di sosial media tentang produk tabungan syariah, pembiayaan syariah, asuransi syariah dan investasi syariah agar

tingkat pengetahuan masyarakat tentang ragam produk dan layanan yang ada di bank syariah semakin dikenal dan diminati masyarakat luas.

- Meningkatkan kualitas pelayanannya agar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kecepatan respon atau tanggapan yang diberikan bank syariah terhadap nasabah atau calon nasabahnya itu semakin tinggi sehingga mampu untuk mempengaruhi minatnya dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah.
2. Bagi pemerintah diharapkan mampu untuk memperhatikan tingkat literasi keuangan syariah pada masyarakat Indonesia yang masih rendah sehingga kedepannya diharapkan pemerintah mampu untuk membuat strategi yang tepat baik dalam hal peningkatan pengetahuan masyarakat terkait bank syariah maupun promosi-promosi terkait bank syariah itu sendiri melalui sosial media agar masyarakat semakin tertarik dan berminat untuk menggunakan produk maupun layanan bank syariah.
 3. Bagi masyarakat muslim diharapkan dapat lebih meningkatkan pengetahuan dan pemahamannya mengenai bank syariah serta produk dan layanan yang diberikan oleh bank syariah misalnya tentang pengetahuan dasar keuangan syariah, produk dan akad yang digunakan pada tabungan dan pembiayaan syariah, produk dan akad yang digunakan dalam asuransi syariah atau investasi syariah. Karena dengan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam seharusnya masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk memperdalam nilai-nilai syariah yang mana selanjutnya dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
 4. Bagi peneliti selanjutnya yang meneliti ataupun mengkaji terkait minat masyarakat dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah diharapkan mampu untuk memperluas cakupan penelitiannya dengan menambah atau menggunakan variabel lain yang diduga mampu untuk mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi ataupun strategi yang akan dirancang selanjutnya oleh pihak yang terkait dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini tentunya peneliti memiliki keterbatasan penelitian yang mana penulis pahami dan sadari sebagai kekurangan , diantaranya:

1. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini telah banyak digunakan dalam penelitian lain meskipun dalam topik yang berbeda. Maka peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk menggunakan variabel lain yang lebih beragam yang diduga mampu untuk dapat mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk dan layanan bank syariah.
2. Sampel yang digunakan oleh peneliti masih sangat sedikit karena waktu penelitian yang digunakan oleh peneliti terbatas serta cakupan sampel yang hanya diambil di wilayah Jawa Barat saja sehingga diharapkan peneliti selanjutnya mampu untuk menggunakan sampel penelitian yang lebih banyak dengan cakupan sampel yang lebih luas sehingga dapat mewakili dari keseluruhan populasi yang ada.