

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan pengujian asumsi dan hipotesis dengan menggunakan Regresi Linier Berganda mengenai pengaruh *islamic branding* dan gaya hidup islami terhadap keputusan menjadi nasabah (studi pada nasabah bank muamalat di Indonesia) dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Gambaran keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia menunjukkan kategori yang baik. Gambaran keputusan menjadi nasabah diukur melalui dimensi pilihan produk, pilihan merek dan metode pembayaran. Hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penilaian keputusan menjadi nasabah oleh nasabah Bank Muamalat Indonesia sudah baik. Dimensi secara berurutan berdasarkan skor paling tinggi adalah pilihan produk, pilihan merek dan metode pembayaran.
2. Gambaran *islamic branding* oleh nasabah Bank Muamalat Indonesia menunjukkan kategori yang baik. Gambaran *islamic branding* diukur melalui dimensi *islamic brand by compliance*, *islamic brand by origin* dan *islamic brand by customer*. Hasil empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penilaian *islamic branding* oleh nasabah Bank Muamalat Indonesia sudah baik. Dimensi secara berurutan berdasarkan skor paling tinggi adalah *islamic brand by compliance*, *islamic brand by customer*, dan *islamic brand by origin*.
3. Gambaran gaya hidup islami oleh nasabah Bank Muamalat Indonesia menunjukkan kategori yang baik. Gambaran gaya hidup islami diukur melalui dimensi aktivitas, minat dan opini. Hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat gaya hidup islami oleh nasabah

Bank Muamalat Indonesia sudah baik. Dimensi secara berurutan berdasarkan skor paling tinggi adalah minat, opini dan aktivitas.

4. Hubungan pengaruh *islamic branding* dan gaya hidup islami terhadap keputusan menjadi nasabah pada nasabah Bank Muamalat Indonesia berpengaruh secara positif dan signifikan. Hasil temuan menunjukkan pengaruh *islamic branding* terhadap keputusan menjadi nasabah positif dan signifikan serta memiliki nilai prediktor yang besar. Pengaruh gaya hidup islami terhadap keputusan menjadi nasabah positif dan signifikan serta memiliki nilai prediktor yang besar.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh *Islamic branding* dan gaya hidup islami terhadap keputusan menjadi nasabah sebagai berikut:

1. Dimensi keputusan menjadi nasabah yang paling rendah yaitu pada aspek metode pembayaran. Untuk meningkatkan metode pembayaran pada Bank Muamalat Indonesia harus mengembangkan strategi dalam perusahaan untuk membuat inovasi pada metode pembayaran yang disediakan seperti bekerjasama dengan dompet digital populer yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia seperti OVO, DANA, Gopay, Shopeepay, Linkaja.
2. Dimensi *Islamic branding* yang paling rendah yaitu pada aspek *islamic brand by origin*. Bank Muamalat sebagai pionir perbankan Islam di Indonesia harus mampu menunjukkan perbedaan dari merek Islam dengan merek umum lainnya, dengan tetap menunjukkan atribut Islami sebagai dasar pembeda dengan merek atau perbankan lainnya. Karena Bank Muamalat Indonesia sudah terkenal dengan kehalalan dan merupakan perbankan syariah sehingga harus mampu meningkatkan *Islamic branding* nya.
3. Dimensi gaya hidup islami yang paling rendah yaitu pada aspek aktivitas. Untuk meningkatkan aktivitas pada nasabahnya Bank Muamalat Indonesia harus mengembangkan strategi dalam perusahaan untuk membuat inovasi dengan membuat program aktivitas yang dapat meningkatkan taraf gaya

Vina Listiani Fitri, 2022

PENGARUH ISLAMIC BRANDING DAN GAYA HIDUP ISLAMI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

hidup islami pada nasabahnya seperti dengan mengadakan event-event keagamaan mengenai penerapan gaya hidup islami yaitu mengadakan webinar, festival gaya hidup muslim.

4. Hasil penelitian menyatakan bahwa *Islamic branding* berpengaruh secara positif terhadap keputusan menjadi nasabah melalui gaya hidup islami dengan demikian penulis merekomendasikan supaya Bank Muamalat Indonesia terus tetap mengedukasi nasabahnya mengenai gaya hidup islami mengingat perubahan zaman yang sangat pesat. Saat ini Bank Muamalat Indonesia telah mampu mempertahankan *Islamic branding* dengan baik. Penulis merekomendasikan untuk meningkatkan *Islamic branding* nya karena Bank Muamalat Indonesia sudah terkenal dengan kehalalan dan merupakan perbankan syariah.