

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Promosi terhadap Minat bertransaksi pada Lembaga Keuangan Syariah.

Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi pada Lembaga Keuangan Syariah. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil uji t karakter personal terhadap minat bertransaksi pada lembaga keuangan syariah dengan nilai 2,152 di mana nilai signifikansinya  $0,037 < 0,1$ . Artinya variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi pada lembaga keuangan syariah.

2. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat bertransaksi pada Lembaga Keuangan Syariah

Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi pada Lembaga Keuangan Syariah. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil uji t karakter personal terhadap minat bertransaksi pada lembaga keuangan syariah dengan nilai 2,152 di mana nilai signifikansinya  $0,073 < 0,1$ . Artinya variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi pada lembaga keuangan syariah.

3. Pengaruh Promosi dan Pengetahuan terhadap Minat bertransaksi pada Lembaga Keuangan Syariah secara simultan

Secara simultan variabel promosi dan pengetahuan berpengaruh simultan (bersama-sama). Hal ini dibuktikan dengan berdasarkan tabel Uji F Anova diperoleh nilai Fhitung sebesar 13,488 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai Ftabel sebesar 3,19. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan hal ini maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini diperkuat oleh pernyataan selanjutnya yaitu  $Sig_{hitung} (0,000) < 0,1$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## B. Saran

### 1. Bagi pelaku usaha telur asin

Diharapkan lebih mengetahui keberadaan lembaga keuangan syariah secara lebih mendalam lagi sehingga tidak lagi muncul kesalah persepsi tentang perbankan syariah. Dimana bank syariah dianggap sama dengan bank konvensional padahal antara keduanya jelas berbeda.

### 2. Bagi lembaga keuangan syariah

Diharapkan lebih meningkatkan kegiatan promosi yang rutin dilakukan oleh pegawai bank syariah untuk menarik para pelaku usaha untuk bertransaksi dan menggunakan produk-produk pada lembaga keuangan syariah.

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi tambahan literature dan menjadi bukti tambahan terkait variabel-variabel yang dianalisis mengenai promosi dan pengetahuan.

