

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan melakukan penyebaran kuesioner pada responden dan mengolah data menggunakan SPSS Version 25 yang berkaitan tentang pengaruh digitalisasi produk dan brand image terhadap intensi generasi milenial menggunakan jasa keuangan bank syariah Indonesia, maka diperoleh kesimpulan berdasarkan hipotesis hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, Variabel Digitalisasi Produk (X_1) memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{table}$ ($6,036 > 1,668$) maka H_a diterima dan H_o ditolak. secara parsial digitalisasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi generasi milenial menggunakan jasa keuangan bank syariah Indonesia pada mahasiswa jurusan perbankan syariah Iain Syekh Nurjati Cirebon.
2. Berdasarkan hasil penelitian, Variabel Brand Image (X_2) memiliki nilai signifikan $0,048 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{table}$ ($2,016 > 1,668$) maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya brand image secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi generasi milenial menggunakan jasa keuangan bank syariah Indonesia pada mahasiswa jurusan perbankan syariah Iain Syekh Nurjati Cirebon.
3. Berdasarkan hasil penelitian, variabel Digitalisasi Produk (X_1) dan Brand Image (X_2) diperoleh nilai $F_{hitung} 21,792 > F_{table} 2,74$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa digitalisasi produk dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi generasi milenial menggunakan jasa keuangan bank syariah Indonesia pada mahasiswa jurusan perbankan syariah Iain Syekh Nurjati Cirebon.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Bagi mahasiswa perbankan syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon diharapkan untuk lebih meningkatkan kesadarannya untuk menggunakan atau membuka rekening di Bank Syariah terutama pada Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bentuk wujud nyata dari kontribusi kita selaku mahasiswa jurusan perbankan syariah untuk memajukan industri perbankan syariah di Indonesia.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia

Bank syariah Indonesia diharapkan agar dapat terus menjunjung nilai keislaman berdasarkan Al-quran dan hadits dan mempertahankan atau meningkatkan kinerja bank. Bank Syariah Indonesia harus selalu membangun dan mengelola brand image karena salah satu faktor dari kesuksesan nasabah untuk menabung di bank adalah dengan menciptakan dan mempertahankan *Brand Image* yang dimiliki bank. *Brand image* yang dimiliki Bank Syariah Indonesia memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap intensi mahasiswa untuk menggunakan produk-produk bank syariah Indonesia. Hal ini menjadi bukti nyata bahwa brand image bank syariah Indonesia menjadi salah satu aset berharga yang dapat membawa perusahaan menuju puncak kesuksesan.

Selain *Brand Image*, Bank Syariah Indonesia diharapkan terus berinovasi dalam layanan digital dengan pengembangan fitur-fitur baru dan mempromosikan layanan digital produk yang menarik, simple, dan mudah agar bisa menambah intensi (keinginan) generasi milenial untuk menggunakan produk perbankan syariah Indonesia.

3. Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pembelajaran atau Referensi jika Anda ingin melakukan penelitian

dengan metode yang sama atau dengan menggunakan variabel yang berbeda-beda. Harapan penulis kepada peneliti untuk penelitian selanjutnya harus menyelidiki lebih lanjut dengan Variabel berbeda yang diyakini mempengaruhi intensi generasi milenial dalam menggunakan jasa keuangan Bank Syariah Indonesia.

