

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis uji *t coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel sosialisasi (X_1) sebesar 3,612 dan nilai sig_{hitung} sebesar 0,000. Maka diperoleh perbandingan nilai t_{hitung} ($3,612$) $>$ t_{tabel} ($1,984$), maka dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini diikuti dengan pernyataan bahwa sig_{hitung} ($0,000$) $<$ $0,1$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel sosialisasi (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat pedagang pasar induk sandang tegal gubug menggunakan produk Bank Syariah Indonesia (Y).
2. Berdasarkan hasil analisis uji *t coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel motivasi (X_2) sebesar 3,622 dan nilai sig_{hitung} sebesar 0,000. Maka diperoleh perbandingan nilai t_{hitung} ($3,622$) $>$ t_{tabel} ($1,984$), maka dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini diikuti dengan pernyataan bahwa sig_{hitung} ($0,000$) $<$ $0,1$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel motivasi (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat pedagang pasar induk sandang tegal gubug menggunakan produk Bank Syariah Indonesia (Y).
3. Berdasarkan tabel hasil uji *F anova* diperoleh nilai F_{hitung} sebesar dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, maka nilai F_{hitung} ($31,431$) $>$ nilai F_{tabel} ($2,36$) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini diikuti dengan pernyataan bahwa sig_{hitung} ($0,000$) $<$ $0,1$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi (X_1) dan motivasi (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat pedagang pasar induk sandang tegal gubug menggunakan produk Bank Syariah Indonesia (Y).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas, maka saran saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Untuk kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan pihak Bank Syariah Indonesia di sekitar halaman utama pasar induk sandang tegal gubug perlu adanya optimalisasi dalam penyampaian sosialisasi produk-produk yang semakin menarik dengan memanfaatkan ruang publik dengan menempatkan baliho maupun spanduk mengenai informasi produk bank syariah indonesia yang menarik.
- b. Untuk menumbuhkan motivasi pedagang dalam menggunakan produk yang tersedia pada Bank Syariah Indonesia dapat dilakukan dengan tetap mempertahankan pelayanan terbaik dengan produk yang semakin lengkap memenuhi kebutuhan nasabah dan adanya kemudahan dalam proses pelayanan, karena seseorang dapat termotivasi apabila adanya bukti fisik yang dirasakan langsung, respon atau kesigapan pegawai BSI dalam membantu nasabah tentu akan menimbulkan rasa percaya kepada Bank Syariah Indonesia.
- c. Untuk segala upaya sosialisasi dan motivasi bersama-sama akan berdampak terhadap minat menggunakan produk bank syariah indonesia, apabila bank syariah indonesia terus bekerja keras, kolaborasi, dan konsistensi dalam menjalankan fungsi sosial dalam menyelenggarakan kegiatan program pemberdayaan ekonomi untuk meningkatkan skala usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) sehingga terciptanya pertumbuhan ekonomi dan kemajuan industri halal nasional.