

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil uji hipotesis, secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel uji t *coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Literasi sebesar 5,755 dan Sig_{hitung} sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai t_{hitung} (5.755) $>$ t_{tabel} ($1,290$) dengan hal ini dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini diikuti dengan pernyataan Sig_{hitung} ($0,000$) $<$ $0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya Literasi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah.
2. Berdasarkan tabel uji t *coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel promosi sebesar 1,926 dan Sig_{hitung} sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai t_{hitung} ($1,926$) $>$ t_{tabel} ($1,290$) dengan hal ini dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini diikuti dengan pernyataan Sig_{hitung} ($0,057$) $<$ $0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya Promosi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah.
3. Berdasarkan tabel hasil uji F anova diperoleh nilai F_{hitung} ($18,535$) dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, maka nilai F_{hitung} ($18,535$) $>$ nilai F_{tabel} ($2,36$) dengan hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan hal ini diperkuat oleh pernyataan selanjutnya yaitu Sig_{hitung} ($0,000$) $<$ $0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel Literasi (X_1) dan Promosi (X_2) secara simultan mempengaruhi variabel minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan diantaranya:

1. Diharapkan bagi lembaga keuangan syariah khususnya pihak perbankan syariah untuk meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat sehingga pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah akan lebih luas sehingga meningkatkan minat masyarakat khususnya Kota Cirebon dalam melakukan kegiatan pembiayaan pada Bank Syariah.
2. Iklan mengenai pembiayaan murabahah di bank syariah pada brosur kurang efektif sehingga diharapkan bagi perbankan syariah untuk meningkatkan kegiatan promosi dalam rangka memperkenalkan perbankan syariah lebih luas seperti promosi melalui media elektronik, media sosial dan media cetak di Kota Cirebon agar masyarakat mengetahui perbankan syariah sehingga akan mampu menarik minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan.
3. Produk pembiayaan murabahah di Bank Syariah masih belum sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga diharapkan produk pembiayaan murabahah dapat berkembang dan lebih menjangkau kebutuhan masyarakat sesuai Lembaga Keuangan Syariah lainnya.