

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel keragaman produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Bank BJB Syariah (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 6,132 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Dengan demikian, karena nilai t_{hitung} 6,132 lebih besar dari t_{tabel} 2,012 dan tingkat signifikansi kurang dari 0,001, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Selain itu, variabel keragaman produk (X_1), terdapat indikator dengan nilai rata-rata tertinggi, yaitu pernyataan "Bank BJB Syariah menyediakan beragam pilihan produk perbankan berbasis syariah yang bervariasi" dengan nilai rata-rata 4,32. Sebaliknya, indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah pernyataan "Iklan Produk Bank BJB Syariah menarik minat konsumen" dengan nilai rata-rata 3,96.
2. Variabel etika bisnis islam (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Bank BJB Syariah (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 6,132 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Dengan demikian, karena nilai t_{hitung} 6,132 lebih besar dari t_{tabel} 2,012 dan tingkat signifikansi kurang dari 0,001, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Variabel etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Bank BJB Syariah. Selain itu, variabel etika bisnis islam (X_2), terdapat indikator dengan nilai rata-rata tertinggi, yaitu pernyataan Karyawan yang ada di Bank BJB Syariah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen selalu berlaku adil dan tidak membedakan dengan nilai rata-rata 4,48. Sebaliknya, indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah pernyataan Karyawan Bank BJB Syariah Ramah dengan nilai rata-rata 4,14.
3. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk (X_1) dan etika bisnis Islam (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara

simultan terhadap minat nasabah Bank BJB Syariah (Y), dengan tingkat kontribusi sebesar 93,8% yang diukur melalui uji koefisien determinasi.

B. Saran

1. Pada Variabel Keragaman Produk (X_1) pernyataan yang mendapatkan nilai rata-rata paling rendah adalah Iklan Produk Bank BJB Syariah menarik minat konsumen. Dalam hal ini, pihak Bank BJB Syariah perlu berbenah mengenai pembuatan konsep iklan produk agar lebih menarik minat konsumen.
2. Dalam Variabel Etika Bisnis Islam (X_2) pernyataan yang mendapatkan nilai rata-rata paling rendah yaitu Karyawan Bank BJB Syariah Ramah, hal ini bisa menjadi bahan evaluasi untuk Sebagian karyawan Bank BJB Syariah agar senantiasa bersikap ramah agar minat masyarakat dapat meningkat.
3. Pada Variabel Minat (Y) pernyataan yang memiliki nilai rata-rata yang paling rendah yaitu Saya nasabah Bank BJB Syariah karena tertarik pada pilihan yang di sampaikan oleh karyawan. Pada aitem ini, dapat menjadi acuan bagi pihak Bank BJB Syariah untuk memberikan pemaparan yang lebih menariak terkait produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank BJB Syariah agar dapat menjadi pilihan utama bagi masyarakat.

