

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah dengan pengaruh individual variabel *Brand Trust* (X_1) yaitu sebesar 29,4%. Pernyataan mengenai *brand trust* dengan skor rata-rata tertinggi adalah "Saya percaya bank syariah memiliki karyawan yang kompeten," dengan skor 4,24, sementara pernyataan dengan skor rata-rata terendah adalah "Saya merasa yakin dan nyaman mempercayakan transaksi keuangan saya di bank syariah," dengan skor 3,87.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Masyarakat Desa Wangkelang untuk Menggunakan Produk Bank Syariah dengan pengaruh individual variabel Aksesibilitas (X_2) yaitu sebesar 13,2%. Pernyataan mengenai aksesibilitas yang memiliki skor rata-rata tertinggi adalah "Lokasi bank syariah dapat diakses menggunakan kendaraan roda empat," dengan nilai 4,21. Sementara itu, pernyataan dengan skor rata-rata terendah adalah "Jarak tempuh dari kantor ke bank syariah dekat," yang memperoleh nilai rata-rata 2,23.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Brand Trust* dan Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel *Brand Trust* dan Aksesibilitas secara simultan mempengaruhi variabel Minat Masyarakat Desa Wangkelang untuk Menggunakan Produk Bank Syariah secara positif dan signifikan. Hasil uji koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa 42,7% variasi pada minat

Masyarakat Desa Wangkelang dalam menggunakan produk Bank Syariah dapat dijelaskan oleh *Brand Trust* dan Aksesibilitas, sedangkan sisanya sebesar 57,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

B. Saran

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

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Brand Trust* terdapat penilaian terkecil yaitu mempercayakan transaksi keuangan di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keyakinan dan kenyamanan masyarakat dalam mempercayakan transaksi mereka di bank syariah belum sepenuhnya optimal. Dengan demikian salah satu cara untuk memperbaikinya adalah dengan meningkatkan transparansi, memberikan edukasi mengenai produk dan layanan yang tersedia, membuat acara sosial di Masyarakat/melakukan kolaborasi antara bank dengan pemerintah desa, serta menjamin keamanan dan kenyamanan dalam setiap transaksi. Mengadakan program sosialisasi dan edukasi di Desa Wangkelang mengenai keunggulan dan nilai-nilai bank syariah juga dapat membantu membangun *brand trust* yang lebih kuat.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Aksesibilitas terdapat penilaian terkecil yaitu Jarak tempuh dari kantor dekat. Hal ini menunjukkan bahwa jarak tempuh tetap menjadi hambatan bagi sebagian Masyarakat Desa Wangkelang dalam mengakses layanan perbankan syariah. Dengan demikian salah satu cara untuk memperbaikinya adalah memperluas jaringan layanan non-cabang melalui kemitraan dengan agen-agen lokal. Selain itu, bank syariah juga bisa mempertimbangkan pengadaan layanan mobil kas keliling yang dapat menjangkau area-area terpencil secara terjadwal. Langkah-langkah ini diharapkan dapat membantu mengurangi kendala aksesibilitas tanpa harus membuka banyak cabang baru, yang sering kali membutuhkan biaya besar.

3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Minat terdapat penilaian terkecil yaitu berminat untuk mempromosikan produk Bank Syariah melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa minat Masyarakat Desa Wangkelang dalam mendukung promosi melalui media sosial masih rendah. Rendahnya minat ini dapat disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan masyarakat mengenai media sosial, kurangnya kebiasaan memanfaatkan platform digital untuk promosi, atau minimnya dukungan dan fasilitas untuk melakukan promosi digital di Desa Wangkelang. Dengan demikian salah satu cara untuk memperbaikinya adalah meningkatkan literasi digital, kemudahan untuk mengakses internet, dan menciptakan konten yang mudah dipahami.

