

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian maka dapat disimpulkan hasil pengujian data sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan menunjukkan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,093 dan juga signifikan pada $> 0,05$. Maka H1 ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap minat menggunakan berulang layanan *e-banking*.

2. Pengaruh Kemudahan dengan Kepuasan sebagai variabel intervening

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan. Hal ini disebabkan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan, yaitu diperoleh hasil pengujian individual kemudahan menunjukkan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,908 dan juga signifikan pada $< 0,05$ yang berarti kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Di samping itu sebagian besar responden menyatakan kemudahan *E-Banking Syariah* membuat puas akan layanan yang disediakan

3. Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan. Hal ini disebabkan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan, yaitu diperoleh hasil pengujian individual nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,801 dan juga signifikan pada $< 0,05$ Maka H3 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan berulang layanan *e-banking*. Di samping itu sebagian besar responden menyatakan nasabah melakukan transaksi perbankan tanpa harus ke bank.

4. Layanan *E-Banking* dalam Prespektif Hukum Islam

Layanan *E-Banking* dalam Prespektif Hukum Islam telah sesuai dengan aturan hukum Islam dengan melihat berdasarkan prinsip-prinsip syariah

B. Saran

1. Berdasarkan jawaban responden pada variabel kemudahan bahwa pernyataan terkait sms banking kurang dipahami dan tidak mudah oleh nasabah, hal ini bisa memberikan kemungkinan kurangnya *e-banking* Bank Syariah dalam memasarkan produknya, dengan demikian Bank Syariah diharapkan dapat memberikan sosialisasi lebih dalam untuk memberikan informasi produk-produk yang inovatif maupun terkait dengan pelayanan ataupun fasilitas perbankan syariah yang dapat membuat mahasiswa tertarik dan memutuskan menjadi nasabah Bank Syariah.
2. Berdasarkan hasil TCR pada variabel kepuasan mahasiswa sangat menyukai prinsip *e-banking* pada Bank Syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist dengan demikian dapat dijadikan strategi Bank Syariah untuk dapat memperluas value agar bisa meningkatkan rasa suka mahasiswa terhadap produk *e-banking* Bank Syariah lebih dalam sehingga dapat membuat mahasiswa tertarik dan berminat menjadi pengguna *e-banking*.

