

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Menurut dari hasil analisis regresi linear berganda kesimpulannya ketiga variabel yang digunakan seluruhnya memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada penelitian ini membuktikan bahwasannya variabel persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat non-muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora. Masyarakat non-muslim di Blora menilai baik lembaga keuangan syariah, sehingga dengan persepsi positif seperti itu masyarakat non-muslim di Blora memiliki minat menjadi nasabah lembaga keuangan syariah.
2. Variabel reputasi memiliki pengaruh secara positif serta signifikan terhadap minat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora. Reputasi akan menjadi aspek yang penting, sebab seseorang akan tertarik menjadi nasabah karena reputasi perusahaan tersebut. Akan tetapi reputasi lembaga keuangan syariah dimata masyarakat non-Muslim di Blora sudah baik dibuktikan dengan hasil yang signifikan, sehingga bagi lembaga keuangan syariah memiliki kesempatan untuk memasarkan produknya kepada masyarakat non-Muslim di Blora.
3. Variabel sosial memiliki pengaruh secara positif serta signifikan terhadap minat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora. Dikarenakan interaksi antara masyarakat muslim dengan masyarakat non-muslim yang baik, sedikit banyak masyarakat non-muslim memiliki minat terhadap lembaga keuangan syariah, sehingga lembaga keuangan syariah memiliki kesempatan untuk memasarkan produknya kepada masyarakat non-muslim melalui komunitas mereka.

### **B. Saran-saran**

Bersumber dari hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan di atas, beberapa masukan yang berfungsi sebagai untuk kesejahteraan serta kemajuan lembaga keuangan syariah di Blora, yaitu:

1. Untuk pihak lembaga keuangan syariah diharapkan menggalakkan sosialisasi untuk meningkatkan persepsi masyarakat mengenai pemahaman lembaga keuangan syariah, Selain itu lembaga keuangan syariah lebih fokus pada produk yang sama atau produk jasa lainnya dari waktu ke waktu untuk membangun reputasi lembaga keuangan syariah. Kemudian memanfaatkan interaksi sosial masyarakat sebagai jembatan memasarkan produk lembaga keuangan syariah agar lebih dikenal dan dipahami.
2. Untuk pihak lembaga keuangan syariah bertambah giat dalam memasarkan produknya tidak hanya melalui media online serta media cetak, tetapi juga memasarkan secara langsung kepada masyarakat untuk menjemput bola, memberikan keunggulan kompetitif yang lebih besar sehingga lembaga keuangan syariah tidak sekadar diminati oleh masyarakat muslim sendiri, akan tetapi dari masyarakat non-Muslim pula.
3. Untuk peneliti berikutnya dapat menaikkan jumlah sampel ataupun mengubah objek penelitian di luar wilayah Blora ataupun memiliki cakupan yang meluas lagi adalah di wilayah seluruh Indonesia atau bahkan di dunia.