

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar pada hasil penelitian mengenai pengaruh *religiosity*, *brand image*, dan *customer experience* terhadap *saving intention* generasi Z di bank syariah pada Karesidenan Pati, dapat ditarik kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. *Religiosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *saving intention* generasi Z pada bank syariah di Karesidenan Pati. Dengan demikian, bank syariah dapat mensosialisasikan produk ataupun jasanya dengan menjelaskan hukum atau syariat Islam dalam bermuamalah. Dari hasil tersebut juga menunjukkan bahwa generasi Z memiliki *saving intention* di bank syariah karena sesuai dengan ajaran agama Islam.
2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *saving intention* generasi Z pada bank syariah di Karesidenan Pati. Melalui hal tersebut, bank syariah dapat menonjolkan *brand image* kepada nasabahnya. Dimana semakin baik *brand image* dari bank syariah akan sangat memengaruhi nasabah untuk menabung dengan keyakinan tinggi tanpa perlu cemas dan penuh keraguan.
3. *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *saving intention* generasi Z pada bank syariah di Karesidenan Pati. Terkait hal tersebut, bank syariah dapat memberikan pengalaman yang selalu diingat oleh nasabahnya. Dengan hal tersebut, generasi Z mempunyai *saving intention* di bank syariah karena mendapatkan *customer experience* ketika berinteraksi di bank syariah.

B. Saran

Melalui penulisan dalam penelitian ini, peneliti sadar apabila masih terdapat kekurangan di dalamnya. Dengan demikian, peneliti menunjukkan saran agar dari kekurangan tersebut, didapatkan sebuah gambaran untuk dijadikan bahan penyempurna dan pertimbangan untuk penelitian yang akan datang. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti:

1. Bagi Akademisi
 - a. Diharapkan melalui penelitian ini, dapat dijadikan bagian dari salah satu referensi tambahan berkaitan dengan penelitian selanjutnya dengan topik penelitian yang sama
 - b. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel dan populasi, menambahkan variabel terbaru yang dapat

- memberikan pengaruh lebih besar terhadap *saving intention* generasi Z di bank syariah
2. Bagi Perbankan Syariah
 - a. Bagi bank syariah dapat lebih memberikan sosialisasi terkait produk-produk bank syariah yang sesuai dengan ajaran agama Islam kepada generasi Z, mengingat generasi Z yang mempunyai potensi besar dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia
 - b. Bagi bank syariah dapat memberikan *customer experience* yang unggul kepada nasabah, hal tersebut dikarenakan pengalaman yang diperoleh nasabah akan memicu timbulnya *saving intention* di bank syariah.

