

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah terhadap minat menggunakan layanan bank syariah, serta pengaruh penyampaian informasi akuntansi sebagai variabel moderasi. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah bank syariah yang tinggal di wilayah Jabodetabek. Hasil dari penelitian ini memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berdampak signifikan secara statistik. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi pemahaman masyarakat tentang literasi keuangan syariah, semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan perbankan syariah.
2. Religiusitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Penelitian menunjukkan bahwa masyarakat dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih taat pada prinsip-prinsip agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas keuangan. Karena itu, mereka lebih tertarik untuk menggunakan layanan perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.
3. Persepsi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Persepsi positif ini dapat terbentuk dari pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip syariah, keunggulan produk dan layanan, serta reputasi baik dari perbankan syariah itu sendiri.
4. Penyampaian informasi akuntansi tidak berhasil memoderasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan layanan perbankan

syariah. Minat masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah lebih banyak dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah mereka sendiri daripada oleh cara penyampaian informasi akuntansi.

5. Penyampaian informasi akuntansi tidak dapat memoderasi pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan bank syariah. Religiusitas adalah faktor internal yang lebih dominan dalam membentuk niat individu untuk menggunakan bank syariah. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung memiliki niat kuat untuk menggunakan bank syariah tanpa dipengaruhi oleh informasi akuntansi yang disajikan.
6. Penyampaian informasi akuntansi tidak dapat memoderasi pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan bank syariah. Informasi akuntansi yang disampaikan oleh bank syariah belum cukup meyakinkan dan relevan untuk mempengaruhi persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Persepsi individu lebih kuat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman, pengetahuan, dan norma subyektif dari lingkungan mereka.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan proses analisis yang telah dilakukan, keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan item pertanyaan untuk variabel religiusitas kurang sesuai karena pada item tersebut melihat hubungan antara manusia dengan Tuhan bukan pada teknis muamalah nya.
2. Terdapat beberapa indikator pernyataan atas jawaban responden yang belum valid untuk merefleksikan variabel dan harus dilakukan eliminasi pada saat pengujian nilai *outer loading*.
3. Penyebaran kuesioner tidak merata, dengan jumlah responden di kota Bekasi yang lebih sedikit dibandingkan dengan kota lainnya. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu penelitian dan keterbatasan jaringan sosial yang belum dapat dijangkau oleh peneliti untuk memperoleh lebih banyak responden di wilayah tersebut.

### 5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya dan keterbatasan dari hasil penelitian ini, maka saran dan rekomendasi yang dapat diajukan oleh peneliti untuk peneliti selanjutnya dan bank syariah, yaitu:

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperdalam variabel religiusitas dengan memfokuskan pada teknis muamalahnya. Kemudian, dapat menambah jumlah sampel yang diteliti, dan menyebarkan kuesioner ke jangkauan yang lebih luas tidak hanya pada wilayah Jabodetabek saja agar hasil yang didapatkan lebih akurat dan dapat mempresentasikan kondisi yang sebenarnya terjadi. Serta membuat indikator pernyataan pada kuesioner yang sifatnya negatif agar responden yang mengisi benar-benar objektif dalam menilai.
2. Bagi perbankan syariah, dalam meningkatkan market share perbankan syariah diperlukan strategi yang komprehensif dan terarah. Strategi tersebut dapat dilakukan dengan giat melakukan edukasi dan sosialisasi tentang produk dan layanan syariah, memastikan aksesibilitas layanan, dan menyampaikan informasi akuntansi yang transparan dan mudah dipahami oleh masyarakat. Penyampaian informasi akuntansi yang transparan berperan penting dalam meningkatkan market share perbankan syariah karena penyampaian informasi akuntansi yang transparan menunjukkan akuntabilitas perbankan syariah kepada nasabah, stakeholders, dan regulator. Hal tersebut penting untuk menjaga kredibilitas dan reputasi perbankan syariah.