

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa *Islamic branding* secara positif dan signifikan memengaruhi minat masyarakat muslim Jabodetabek terhadap bank digital syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat cukup memperhatikan sisi dan kualitas keislaman bank digital syariah sebagai bank yang beroperasi dengan prinsip syariah. Dengan *Islamic branding* yang baik dan pengakuan dari lembaga resmi, masyarakat merasa yakin bahwa bank digital syariah mampu mencerminkan nilai-nilai Islam yang mereka anggap penting sebagai umat muslim. Kedua, pemasaran digital juga memengaruhi minat masyarakat muslim Jabodetabek terhadap bank digital syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital menjadi strategi yang tepat bagi bank digital syariah sebagai bank yang beroperasi secara digital. Perkembangan teknologi membuat masyarakat banyak menerima maupun mencari informasi melalui media digital. Sedangkan fitur layanan dan literasi digital tidak memengaruhi minat masyarakat muslim Jabodetabek terhadap bank digital syariah. Dari segi fitur layanan, fitur yang tersedia mampu memberikan kemudahan namun, mayoritas masyarakat menganggap bahwa fitur yang disediakan bank digital syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional sehingga tidak menjadi tolak ukur mereka dalam memilih bank digital syariah. Terlebih karena bank ini masih terbilang baru sehingga masyarakat belum memahami betul terkait produk dan layanan yang disediakan bank digital syariah. Kemudian terkait literasi digital, masyarakat tidak tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang bank digital syariah. Hal ini diperkuat dengan kondisi literasi digital di Jabodetabek yang masih dibawah provinsi Yogyakarta dan Kalimantan Barat. Sebagian masyarakat Jabodetabek sudah memiliki akses literasi digital yang cukup baik. Namun, literasi digital yang ada belum diarahkan pada peningkatan pemahaman yang lebih mendalam tentang manfaat dan keunggulan bank digital syariah. Bank digital syariah dapat lebih menekankan strategi komunikasi dan promosi untuk mengoptimalkan dampak literasi digital pada minat.

## 5.2 Keterbatasan

Selamat melakukan penelitian, masih terdapat beberapa keterbatasan yang terjadi pada penelitian ini. Adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai bank yang terbilang baru beroperasi, menyebabkan masih sedikit masyarakat yang mengetahui keberadaan bank-bank digital syariah. Hal ini membuat peneliti harus mencari responden yang benar-benar sesuai kriteria.
2. Ada empat variabel bebas dalam penelitian ini sehingga memungkinkan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang relevan dan mungkin berpengaruh, seperti E-WOM, literasi keuangan syariah, dan religiositas.
3. Penggunaan lokasi di wilayah Jabodetabek mungkin belum bisa mewakili wilayah berbeda lainnya sehingga memungkinkan hasil yang didapat berbeda-beda tergantung wilayah.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan di atas, terdapat beberapa saran baik untuk pihak terkait maupun bagi penelitian selanjutnya. Saran tersebut yaitu:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya yang akan membahas topik serupa dapat menambahkan variabel bebas lainnya yang belum digunakan di penelitian ini. Sehingga faktor-faktor yang memengaruhi minat pada objek serupa dapat dieksplorasi lebih luas. Penggunaan lokasi juga bisa dilakukan di wilayah lain agar bisa menjadi referensi baru.

2. Bagi Industri

Bank digital syariah dapat meningkatkan fitur layanannya sehingga mampu menunjukkan keunggulannya dibanding bank digital konvensional ataupun bank syariah tradisional seperti menambah fitur-fitur yang relevan seperti investasi digital, kalkulator zakat, dan pengingat salat karena itu cukup menjadi daya tarik masyarakat. Pastikan fitur-fitur yang disediakan ramah pengguna dan tidak bertentangan dengan agama Islam. Sebagai bank yang masih awam di kalangan masyarakat, penting bagi bank digital syariah

untuk memperluas jangkauan dengan memanfaatkan media sosial, memberikan konten-konten edukasi menarik, menyapa konsumen, ataupun memberikan penawaran-penawaran menarik. Bank digital syariah juga dapat memberikan edukasi terkait layanannya melalui program luring dan kampanye ke tempat-tempat tertentu sehingga masyarakat yang rendah literasi digitalnya mampu memahami lebih baik.