BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh *city branding* “kota santri dan ulama” terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah kota Parepare, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji regresi linear sederhana diperoleh persamaan ($Y = \alpha + bX$) atau ($Y = 10,058 + 0,290X$). Nilai konstanta sebesar 10,058, sedangkan nilai koefisien regresi (β) sebesar 0,290 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *city branding* maka nilai minat menabung bertambah sebesar 0,290. Sedangkan nilai signifikannya lebih kecil dari probabilitas 0,05 atau sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *city branding* terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah kota Parepare.
2. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *city branding* dengan minat menabung. Dibuktikan dengan hasil nilai r hitung ($0,658$) $>$ r tabel ($0,254$) dan nilai signifikansi ($0,000$) $<$ $0,05$. Nilai r hitung sebesar $0,658$ artinya memiliki tingkat korelasi yang kuat. Dan dari tabel koefisien determinasi (R square) diperoleh $0,433$ maka kd dikriteriakan mendekati nol. Jadi dapat disimpulkan bahwa *city branding* berpengaruh terhadap minat menabung sebesar $43,3\%$ termasuk kuat sisanya $56,7\%$ ada faktor selain *city branding* yang dapat mempengaruhi minat menabung diluar dari penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat

Dilihat dari penelitian ini peneliti mengharapkan kepada masyarakat kota parepare agar mempertahankan dan lebih meningkatkan city branding “kota santri dan ulama” karena citra kota tersebut tidak hanya meningkatkan sisi religius dan sosiologis namun juga meningkatkan sistem ekonomi syariah di kota parepare melalui penggunaan bank syariah sebagai sarana transaksi ekonomi yang dibutuhkan utamanya dalam menabung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat kotaparepare selain city branding “kota santri dan ulama”. Selain itu peneliti selanjutnya agar menggunakan metode lain dalam meneliti seperti metode kualitatif dengan melakukan wawancara agar informasi yang didapatkan bervariasi.