

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Inovasi Digital Banking Onboarding terhadap Preferensi Masyarakat dalam Kegiatan Pembukaan Rekening Secara Online pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Digital Banking Onboarding* berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam kegiatan pembukaan rekening secara online pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 13,174 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga hipotesis penelitian diterima.
2. Besaran pengaruh *Digital Banking Onboarding* terhadap preferensi masyarakat dalam kegiatan pembukaan rekening secara online sebesar 65,9%. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,659, yang berarti bahwa 65,9% variasi preferensi masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi Digital Banking Onboarding, sedangkan sisanya sebesar 34,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

3. *Digital Banking Onboarding* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam kegiatan pembukaan rekening secara online pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,685 yang bernilai positif. Artinya, semakin baik inovasi *Digital Banking Onboarding* yang diterapkan, maka semakin tinggi pula preferensi masyarakat untuk melakukan pembukaan rekening secara online pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu

Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan *Digital Banking Onboarding*, khususnya dalam aspek kemudahan penggunaan, kecepatan proses, keamanan data, dan kejelasan informasi yang diberikan kepada calon nasabah. Peningkatan kualitas layanan tersebut diharapkan dapat meningkatkan preferensi masyarakat dalam melakukan pembukaan rekening secara online.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan layanan *Digital Banking Onboarding* sebagai alternatif pembukaan rekening yang lebih praktis, efisien, dan mudah diakses tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Selain itu, masyarakat juga perlu meningkatkan pemahaman mengenai penggunaan layanan perbankan digital agar dapat memanfaatkan fasilitas yang tersedia secara optimal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi preferensi masyarakat dalam kegiatan pembukaan rekening secara online, seperti persepsi kemudahan, kepercayaan, kualitas layanan, keamanan transaksi, maupun literasi digital. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada cakupan wilayah yang lebih luas dan jumlah responden yang lebih banyak sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Karim dkk. 2005. *Pengantar teknologi informasi*. Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang.

Abdullah Saeed. 2004. *Menyoal Bank Syari'ah*, Jakarta: Paramadina.

Adiwarwan Karim, Bank Islam. 2006. *Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Arifin, Z. 2020. *Perbankan Syariah: Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.

Ascarya. 2009. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers

Ascarya. 2015. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Bank Indonesia. 2021. *Laporan Perkembangan Digital Banking di Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.

Bank Indonesia. 2022. *Pedoman Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan Digital*. Jakarta: BI Press.

Bank Muamalat Indonesia. 2023. *Produk dan Layanan Perbankan Syariah*. Diakses dari <https://www.bankmuamalat.co.id>

Cahyadi, A. 2017. *Pengaruh kualitas Pelayanan Promosi Dan Persepsi Religiusitas*

Choudhury, S., & Pattnaik, B. 201. *Digital onboarding in banking: Innovations and challenges*. International Journal of Financial Services, 11(2).

Creswell, John W. 2018. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th ed. Los Angeles: Sage Publications.

DSN-MUI. 2020. *Fatwa-Fatwa Dewan Syariah Nasional Terkait Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: DSN-MUI.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. 1995. *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.

Ernst & Young. 2021. *Digital onboarding: Seizing the opportunity to transform customer experience*. EY Global Banking Reports.

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghufron A. Mas'adi. 2022. *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Harian Ekonomi Neraca. 2022. Bank Muamalat Perkuat Layanan Digital Lewat Aplikasi Muamalat DIN

Harian Kontan. 2023. "Bank Muamalat Genjot Akuisisi Nasabah Lewat Digital Onboarding

Hendi Suhendi. 2010. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Huda, N., & Heykal, M. (2019). *Lembaga Keuangan Islam: Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Janner Simarmata dkk. 2020. *Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Manajemen*. Yayasan Kita Menulis.

Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principles of marketing* (14th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Muabidin, 2021. *Pengaruh Persepsi, Preferensi Dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Kcp Demak)*. UIN Wali Songo Semarang.

Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Pers

Muhammad Syafi'i Antonio. 2001. *Bank Syari'ah dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insahani.

Oliver, R. L. 1999. Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2022. *Peran Digital Banking dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah*. Jakarta: OJK.

Otoritas Jasa Keuangan. 2021. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2021)*. Jakarta: OJK.

PwC (PricewaterhouseCoopers). 2020. *Retail Banking 2020: Evolution or Revolution?* London: PwC.

Rahmaan, S. S. A. 2024. *Strategi Pembukaan Rekening Secara Online Onboarding untuk Meningkatkan Layanan Digital pada Bank BSI KCP Pejaten Raya*. Tugas Akhir D4. Politeknik Negeri Jakarta.

Rohim, Sorfina. 2023. *Strategi SDM dalam Online Onboarding Rekening*. UIN Walisongo Semarang.

Saedarmayanti dan Hidayat. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 2012. **Consumer behavior** (10th ed.). Pearson.

Stanton, W. J. 2010. *Fundamentals of marketing*. New York: McGraw-Hill.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tambunan, T. 2020. *Transformasi digital dalam sektor perbankan di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.

Yusuf Qardawi. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

