

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **a. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh religiusitas, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah, maka bagian akhir penelitian ini menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian antara pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di Perbankan Syariah menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang besar terhadap minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah.
2. Hasil pengujian antara pengaruh promosi terhadap minat menabung di Perbankan Syariah menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang besar terhadap minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah.
3. Hasil pengujian antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Perbankan Syariah menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah.

## **b. SARAN**

### **1. Bagi Akademik**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolok ukur dari pihak akademik untuk meningkatkan nilai religiusitas dari IAIN Tulungagung. Dengan penelitian ini maka pihak akademik dapat meningkatkan keyakinan agama dari mahasiswa, memberikan pengalaman spiritual yang lebih kepada mahasiswa, menambah pengetahuan agama dari mahasiswa dan mengajarkan praktek pengamalan agama yang lebih besar kepada mahasiswa sehingga nilai religiusitas dari IAIN Tulungagung akan meningkat ketika para mahasiswa sudah berada ditengah-tengah masyarakat.

### **2. Bagi Perbankan Syariah**

a. Pihak bank sebaiknya terus meningkatkan kegiatan promosinya seperti mengadakan seminar dikampus-kampus Islam dan ikut dalam event-event keagamaan sehingga akan banyak orang yang tahu tentang perbankan syariah. Akan jauh lebih mudah promosi langsung dihadapan banyak orang sehingga lebih efektif dan efisien.

b. Diharapkan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perbankan syariah tidak hanya gencar dilakukan dilapangan saja tetapi juga

aktif dipublis pada media sosia sebab kaum milenial masa kini tidak lepas dari media social. Hal ini dapat menjadi peluang yang sangat bagus untuk perbankkan syariah menggait banyak nasabah dari kaum milenial.

- c. Diharapkan pihak perbankan syariah memperbanya SDM yang berkualitas guna menciptakan inovasi baru sehingga akan mempercepat pertumbuhan produk perbankan syariah. Tidak dapat dipungkisi bahwa inovasi produk dengan pemasaran memiliki hubungan yang sangat kuat. Jika inovasi-inovasi produk perbankan syariah semakin inovatif maka pemasaran juga akan meningkat.
- d. Diharapkan kualitas pelayanan perbankan saat ini terus ditingkatkan sebab bentuk perhatian yang diberikan perbankan syariah kepada nasabah akan mempengaruhi penilaian dari nasabah dan dapat meningkatkan citra dari Perbankan Syariah sehingga citra yang baik akan meningkatkan kepercayaan nasabah pada Perbankan Syariah.
- e. Diharapkan pihak perbankan akan memningkatkan pemberian jaminan dimana semakin tinggi jaminan yang diberikan oleh pihak bank maka akan meningkatkan rasa percaya dari nasabah kepada perbankan syariah.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyadari bahwa sepenuhnya penelitian ini masih mengalami banyak sekali kekurangan karena adanyaketerbatasan dari

peneliti, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat melengkapi dan menjelaskan lebih mendalam dengan menambahkan teori-teori yang mendukung agar lebih menguatkan penelitian mengenai hal tersebut.

